

## Dekonstruksi Makna Maskulinitas pada Trend Korea Pop (K-POP) Sebagai Praktik Identitas Remaja

Ulviana Restu Handaningtias, Ika Ariana Indriyany, Husnan Nurjuman  
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

**Abstract:** *The development of Korean pop music culture which is increasingly prevalent throughout the world has brought an ideological change. The new ideology brought by the Korean Pop boyband directs its fans to the reinterpretation of the concept of "masculinity". Masculinity which was previously only associated with the appearance of "manly" or maleness and was represented by the male body and of course by its gender has now developed into a representation that includes symbolic aspects. So this study aims to find out how the meaning of masculinity constructed by boyband k-pop. The method used in this study is a qualitative descriptive method with a cultural studies approach. The result of this study is the reinterpretation of masculine marks carried out by teenagers to produce a complete self-understanding of the adolescent as a sign interpreter even though the sign itself is unstable and not all parts are constructed by awareness in adolescents, however, teenagers project each sign in accordance with the truth that he believes.*

**Keywords:** *Deconstruction of Masculinity; Korean Pop; Teenage Identity Practices*

**Abstrak:** Perkembangan budaya musik Korean pop yang semakin marak diseluruh belahan dunia telah membawa sebuah perubahan ideologi. Ideologi baru dibawa oleh boyband Korean Pop tersebut mengarahkan pada fansnya terhadap pemaknaan ulang konsep "maskulinitas". Maskulinitas yang sebelumnya hanya dikaitkan dengan kesan "manly" atau kelaki-lakian dan direpresentasikan oleh tubuh laki-laki dan tentunya oleh gendernya kini berkembang menjadi representasi dengan menyertakan aspek-aspek simbolik. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna maskulinitas yang dikonstruksi oleh boyband k-pop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan cultural studies. Hasil dari penelitian ini ialah pemaknaan ulang tanda maskulin yang dilakukan oleh remaja menghasilkan self-understanding yang utuh pada diri remaja tersebut sebagai penafsir tanda walaupun tanda itu sendiri tidak stabil dan tidak seluruh bagian dikonstruksi oleh kesadaran dalam diri remaja, akan tetapi, remaja memproyeksikan setiap tanda sesuai dengan kebenaran yang diyakininya.

**Kata kunci:** Dekonstruksi Maskulinitas; Korean Pop; Praktik Identitas Remaja

### Pendahuluan

Perkembangan industri hiburan merupakan salah satu tanda modernitas yang menggambarkan kesamaan kebutuhan manusia akan hiburan (Fun), makanan (Food), dan Fashion. Industri hiburan yang menunjukkan peningkatan signifikan salah satunya adalah industri musik. Indonesia mengalami fenomena

demam K-Pop (Korean Pop). Korean Pop atau disingkat K-Pop adalah genre musik yang diciptakan oleh industri hiburan Korea selatan yang dimulai sejak tahun 1992. K-Pop yang populer saat ini adalah sekumpulan penyanyi dan penari yang disebut Boyband atau Girlband yang bernyanyi sekaligus menari. selama lebih dari satu dasawarsa terakhir.

Hiburan yang berasal dari negeri Ginseng tersebut tidak hanya populer tetapi juga mendorong fanatisme penggemarnya hingga sampai tingkat ekstrem. Budaya musik pop, atau Korean Pop menjadi genre yang populer. Sebagai salah satu genre hiburan musik tanah air yang populer, K-Pop memiliki jutaan penggemar fanatik baik laki-laki maupun perempuan. Demam K-Pop menimbulkan tidak hanya dampak sosial, tetapi juga ekonomi. Fenomena ini tidak hanya bertahan tetapi justru meluas memasuki berbagai ranah kebiasaan dan mempengaruhi kebutuhan manusia Indonesia. Pengaruh yang cukup signifikan dirasakan adalah adanya perubahan gaya hidup masyarakat, yaitu: Pertama, tren kuliner. Kuliner Korea dengan mudah masuk ke dalam kebiasaan makan masyarakat Indonesia, saat ini, tidak ada satupun masyarakat Indonesia yang tinggal di kota besar yang tidak kenal dengan kimchi, bulgogi, bibimbap, sebagai kuliner Korea yang populer. Pelaku bisnis melihat hal ini sebagai peluang pasar yang baik, dan saat ini dapat dilihat meningkatnya jumlah restoran dengan cita rasa Korea atau booth-booth yang menjual masakan Korea disudut Mal atau jalanan kota besar.

Kedua, tren fashion. Fashion menjadi salah satu industri massa yang menarik keuntungan cukup signifikan. Penjualan baju-baju, pernak-pernik, kosmetik, gadget khas Korea menarik minat tidak hanya remaja tetapi juga masyarakat secara umum. Tidak berhenti hanya sampai pada tren fashion perubahan juga terjadi pada ranah bahasa pergaulan yang dipengaruhi oleh kosa kata Korea, ideologi, dan perubahan

produksi pesan dan cara komunikasi yang dilakukan oleh fans.

Ketiga, perubahan ideologi. Ideologi baru dibawa oleh boyband tersebut, ideologi yang mengarahkan pada fansnya terhadap pemaknaan ulang konsep "maskulinitas". Maskulinitas yang sebelumnya hanya dikaitkan dengan kesan "manly" atau kelaki-lakian dan direpresentasikan oleh tubuh laki-laki dan tentunya oleh gendernya kini berkembang menjadi representasi dengan menyertakan aspek-aspek simbolik (uliviana, 2010). Identitas kolektif laki-laki dipahami juga sebagai identitas individu, batas antara keduanya tidak jelas dan kabur seiring dengan semakin semunya kondisi objektif yang menentukan pemaknaan maskulinitas bagi laki-laki.

Hall dan Stewart menyatakan bahwa dalam penetrasi budaya Pop, permasalahannya ada dalam budaya anak muda, adanya interaksi antara teks dan audiens, dimana aspek-aspek lain dalam kehidupan remaja (misalnya; politik, hubungan keluarga, norma sosial, moral dan sebagainya) tidak berpengaruh dalam interaksi mereka dengan budaya pop. Lebih jauh, Storey (2003) menyatakan bahwa: "...budaya musik pop -lagu, majalah, konser, festival, komik wawancara dengan bintang dan sebagainya- membantu memantapkan rasa identitas di antara remaja". Hal ini memberikan pemahaman bahwa anak muda/ remaja mengalami perubahan identitas dalam hubungannya dengan produksi budaya pop, baik dalam bentuk lagu, hasil wawancara, dan saat ini menyesuaikan dengan perkembangan teknologi digital, termasuk ke dalam

produksi budaya pop adalah video clip, vlog, instagram, tweet, dan sebagainya.

Perubahan makna laki-laki yang disimbolkan oleh boyband k-pop menumbuhkan ideologi baru mengenai kelaki-lakian atau maskulinitas. Ideologi tersebut membuka ruang sosial baru untuk menempatkan remaja dengan identitas laki-lakinya yang dibangun berdasarkan aspek-aspek yang dikonstruksikan oleh boyband k-pop. Identitas inilah yang kemudian menjadi wacana menarik untuk ditelaah, dengan pertanyaan bagaimana makna maskulinitas dikonstruksikan, dikonsumsi, dan didekonstruksikan oleh penggemar K-Pop perempuan dan bagaimana identitas maskulin terbentuk melalui konstruksi tersebut. Kajian yang berkaitan dengan gender umumnya hanya melihat perempuan sebagai objek penelitian, akan tetapi luput untuk melihat bahwa laki-laki pun termasuk kedalam objek penelitian kritis yang menarik. Penelitian yang menggunakan tema laki-laki dan representasinya dalam kehidupan sosial masyarakat belum banyak dikupas, dengan demikian hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian dengan tema laki-laki dan representasinya dalam ruang sosial masyarakat.

Penelitian ini secara sederhana bertujuan untuk:

1. Menjelaskan bagaimana makna maskulinitas yang dikonstruksi oleh boyband k-pop.
2. Menjelaskan bagaimana konstruksi makna maskulin dikonsumsi oleh penggemar K-Pop perempuan.
3. Menjelaskan bagaimana dekonstruksi makna tersebut

membangun identitas remaja laki-laki di Indonesia.

Penelitian dengan tema laki-laki dan representasinya dalam ruang sosial masyarakat belum banyak dikupas. Umumnya kajian gender hanya berbicara tentang perempuan dan luput untuk melihat masalah laki-laki dan bagaimana dekonstruksi makna yang terjadi berkaitan dengan identitas laki-laki. Penelitian ini berusaha untuk menguraikan bagaimana makna dikonstruksikan dan menjadi identitas kelompok. Bila suatu kelompok diwakili dengan makna tertentu maka pemahaman utuh masyarakat yang mengikutinya akan membedakannya dengan kelompok lainnya. Makna maskulinitas yang dibangun oleh simbolisasi boyband k-pop menciptakan ruang sosial baru bagi ideologi laki-laki. Dengan memahami hal tersebut, masyarakat akan terbiasa untuk melihat fenomena sebagai sebuah upaya untuk membangun satu ruang sosial yang baru dan dapat menanggapi dengan kritis.

Penelitian ini juga memberikan gambaran bagaimana makna yang dikonstruksikan membangun identitas remaja laki-laki. Hall menyatakan bahwa dalam pemahaman budaya pop, identitas remaja dibangun dengan mengabaikan aspek-aspek norma, keluarga, moral. Dengan demikian tercipta identitas timpang yang mengikuti kebutuhan hasrat dan tren. Dengan demikian, hasil penelitian ini ditujukan untuk membangun kesadaran (*awareness*) dan pemikiran kritis bagi masyarakat Indonesia khususnya remaja untuk bersikap kritis dalam mengikuti tren dan mampu mengambil keputusan yang lebih

bijak dalam membangun identitas dirinya.

Wacana tidak hanya dapat digunakan untuk telaah bahasa tetapi juga untuk semua fenomena sosial. Wacana berusaha untuk menguraikan tanda dan makna yang dibawanya. Makna tanda bukan sesuatu yang tetap melainkan terus menerus berubah. Storey (2003) menyatakan bahwa wacana dapat digunakan untuk memahami fenomena sosial sebagai pengonstruksian kewacanaan karena pada prinsipnya semua fenomena sosial bisa dianalisis menggunakan piranti analisis wacana. Fenomena dianggap sebagai wacana yang tidak pernah tuntas atau selesai dan makna tidak pernah tetap melainkan mengikuti perubahan masyarakat dan identitas kelompok yang dibawanya.

Teori wacana menolak anggapan bahwa "realitas" yang ada disekitar kita mempunyai struktur yang stabil dan tidak taksa. Seolah-olah masyarakat, kelompok, tempat kita berada, dan identitas secara objektif merupakan fakta-fakta yang telah ditetapkan (storey 2003:63). Wacana mempunyai tiga fungsi yaitu; 1). Fungsi identitas, 2). Fungsi hubungan atau relasional, 3). Fungsi ideasional. Dalam setiap analisis wacana, terdapat 2 dimensi penting yang tidak dapat diabaikan, yaitu: peristiwa komunikatif dan tatanan wacana. Kedua dimensi ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana bahasa dalam bentuk majalah, film, video, dan sebagainya digunakan, serta bagaimana konfigurasi semua jenis wacana yang digunakan oleh unit-unit sosial dalam kehidupan manusia dan masyarakat.

Setiap peristiwa penggunaan bahasa merupakan peristiwa komunikatif yang terdiri atas tiga dimensi. Fairclough

menawarkan model tiga dimensi untuk menggambarkan reproduksi makna, yaitu: 1. Teks (tuturan, pencitraan visual atau gabungan ketiganya); 2. Praktik kewacanaan yang melibatkan pemroduksian dan pengonsumsi teks; 3. Praktik sosial. Dalam penelitian ini dimensi teks yang digunakan adalah pencitraan visual, yang meliputi semua tanda visual yang ditampilkan oleh boyband k-pop di setiap video yang diproduksinya. Dimensi praktik sosial berkaitan dengan proses konsumsi teks yang dilakukan oleh fans dan proses pemaknaan ulangan tanda dan simbol maskulin yang dikonstruksikan oleh boyband tersebut.

Budaya musik pop dianggap sebagai budaya yang tumbuh dari subkultur yang dikembangkan oleh anak muda/ remaja sebagai upaya mereka merefleksikan masalah seksual dan emosional (storey, 2003:92). Musik pop mengandung "realisme emosional" pemuda dan pemudi dan mengidentifikasinya dengan representasi kolektif dan menggunakannya sebagai fiksi pengarah. Fiksi simbolik yang bagaikan dongeng dan mengarahkan pemuda/pemudi untuk membentuk dan menyusun kembali gambaran mental tentang dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya.

Storey (2003) menyatakan bahwa dalam musik pop, Hall dan whannell juga mengidentifkasi cara-cara dimana remaja menggunakan cara berbicara, berpakaian, tempat pergi untuk menjaga jarak dari orang dewasa. Hall menggambarkan gaya berpakaian sebagai "suatu seni pop minor" untuk mengekspresikan perilaku kontemporer (storey, 2003:93). Seni pop menjadi wadah ekspresi sekaligus

pengaruh remaja dalam membentuk lingkungan sosialnya dan membedakan dirinya dengan orang dewasa.

Budaya musik pop yang menjadi fokus penelitian ini adalah adalah Korean Pop (K-Pop). K-Pop merupakan salah satu bagian dari Korean Wave yang meluas hingga ke Eropa dan Amerika disekitar tahun 2000-an. Korean Wave adalah bentuk kebudayaan Korea Selatan yang dikemas sedemikian rupa, merupakan rancangan pemerintah korea untuk memperbaiki citra korea di mata negara lain (Nurina, 2014). Korean wave terdiri dari berbagai macam seperti misalnya budaya musik yang dikenal dengan k-pop, drama yang populer dengan k-drama, korean food, dll. Kpop mulai merambah global diakhir tahun 90-an ditandai dengan munculnya boyband seperti HOT dan girlband Baby V.O.X (Lie, 2012) yang memulai ekspansi ke China dan Jepang, baru diikuti oleh wilayah Asia lebih luas serta Eropa dan Amerika.

### **Metode**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan cultural studies. Penelitian kualitatif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi melainkan membuat deskripsi yang sistematis, faktual dan akurat. Melalui penelitian kualitatif, peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari, menurut definisi ini penelitian kealitatif menghasilkan data deskriptif secara rinci dari suatu fenomena yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran suatu gejala sosial tertentu, menjawab

pertanyaan dengan penjelasan yang lebih terperinci mengenai gejala sosial yang dimaksud dalam permasalahan penelitian yang bersangkutan.

Cultural studies adalah sebuah formasi diskursif yang berisi kumpulan gagasan, citra, dan praktik yang menyediakan cara-cara untuk berbicara tentang, menyediakan bentuk-bentuk pengetahuan dan tingkah laku yang diasosiasikan dengan, suatu topik, aktivitas sosial atau wilayah institusional tertentu dalam masyarakat (Barker, 2005:7). Cultural studies mengeksplorasi berbagai bentuk kekuasaan, termasuk didalamnya adalah gender, ras, kelas, kolonialisme, dan sebagainya yang ditanamkan dalam nilai-nilai, keyakinan-keyakinan, kompetensi-kompetensi, rutinitas hidup, dan bentuk perilaku khas lainnya yang menjadi kebiasaan dalam suatu kelompok sosial.

Peneliti melakukan pengamatan melalui panca indera pada talkshow yang berlangsung di televisi swasta. Komponen yang di observasi meliputi; penampian host perempuan, tema acara, properti yang digunakan, dan bahasa yang digunakan dalam percakapan talkshow tersebut. teknik observasi difokuskan untuk mendesripsikan dan menjelaskan fenomena riset kualitatif yang mencakup interaksi dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang diteliti.

Peneliti melakukan proses tanya jawab kepada informan yang dianggap sebagai pelaku konsumsi teks. Proses tanya jawab dilakukan secara terus menerus hingga sampai pada titik jenuh. Setiap pertanyaan disusun secara terbuka dan memungkinkan bagi informan untuk mengembangkan jawabannya sendiri dan

memperoleh temuan baru terhadap masalah penelitian.

Studi dokumen digunakan untuk menginventarisasi data visual yang berasal dari video clip, rekaman wawancara objek penelitian yaitu Boyband k-pop, dan referensi lain yang dibutuhkan untuk memperkuat deksripsi data.

Informan penelitian adalah anggota komunitas atau fansclub boyband k-pop EXO dan BTS. Kedua boyband ini dipilih berdasarkan rating kepopuleran di Indonesia, BTS memperoleh rating tertinggi dan EXO kedua tertinggi. Informan dipilih secara spesifik, dengan tujuan hanya anggota komunitas aktif dengan kecenderungan fanatik atau memiliki loyalitas tinggi

terhadap kedua boyband tersebut. Informan terdiri atas Laki-laki dan Juga Perempuan untuk memperoleh variasi data yang dibutuhkan dalam proses konsumsi dan interpretasi makna.

Teknik analisa data mengikutii konsep homologi cultural studies, yang terbagi atas dua tahap analitik, yaitu:

1. Identifikasi kelompok-kelompok sosial yang terlibat; dan
2. Inventarisasi dan kategorisasi item-item kultural yang disukai oleh anggota kelompok sosial tersebut

Gambar berikut adalah bagan alur penelitian sesuai dengan tahapan penelitian:

**Gambar 1**  
**Alur Penelitian**



Sumber: observasi penelitian

Tahapan Penelitian:

1. Inventarisasi data, yaitu dengan cara mengumpulkan data sebanyak-banyaknya melalui observasi dan studi pustaka
2. Kategorisasi data. Yaitu dengan mengelompokkan data berdasarkan jenis data, klasifikasi data, dan identifikasi teks (tanda).
3. Deskripsi data, yaitu upaya untuk menjelaskan data yang telah

dikategorisasi sesuai dengan konsep homologi

4. Analisis data dan Interpretasi Data, yaitu upaya untuk menguraikan bagaimana proses konstruksi, konsumsi dan dekonstruksi makna.
5. Penarikan kesimpulan dan penilaian terhadap data yang telah dilakukan analisa data sebelumnya

### Hasil dan Diskusi

Data konstruksi makna maskulinitas diperoleh melalui observasi secara seksama terhadap Music Video (untuk selanjutnya disebut MV) yang dibuat oleh BTS dan EXO. MV yang dipilih adalah MV dengan penonton tertinggi dalam channel Youtube resmi boyband tersebut. Untuk boyband BTS MV dengan jumlah penonton tertinggi adalah "DNA" dengan jumlah 435 juta penonton dan "MIC Drop Remix" sebanyak 306 juta penonton. Sedangkan untuk EXO, MV

dengan jumlah tertinggi adalah "Monster" sebanyak 209 juta penonton dan "Call Me Baby" sebanyak 195 juta penonton. Dalam MV tersebut, penulis mengkategorikan data berdasarkan tanda visual seperti: pakaian yang dikenakan dalam MV, aksesoris yang melekat pada tubuh, properti yang digunakan dalam MV, mimik muka dan ekspresi yang ditampilkan oleh tokoh dalam MV, warna dominan yang digunakan, bahasa tubuh (selain ekspresi muka).

**Tabel 1**  
**Produksi Makna Melalui Tanda Visual MV (*Music Video*)**

Nama Boyband K-Pop Tanda	BTS	EXO
Pakaian	Pakaian yang digunakan dalam MV DNA dan MIC Drop berbeda secara estetik. Pada MV DNA, BTS menggunakan pakaian casual dengan warna-warni menyala, Celana jeans dengan warna putih, biru muda, dan jaket penuh dengan manik-manik. Model pakaian yang digunakan lebih <i>chic</i> ; jaket jeans yang body fit, kaos oblong polos, kemeja satin, jersey basket dan seterusnya. Pada MIC Drop pakaian tetap casual tetapi dengan warna lebih gelap, yaitu hitam, hijau tua, biru tua, merah, dan seterusnya. Pakaian yang dikenakan pun lebih casual dengan model baggy, jaket longgar, kaos oblong dan celana training.	Pakaian yang digunakan dalam MV Call Me Baby terinspirasi dari tampilan hip hop trendi tahun 70-80an dengan <i>feel rockstar</i> yang cukup kuat. Personil EXO sendiri memiliki style rambut <i>greasy</i> , pakaian <i>turtle neck</i> , celana jeans sobek, jaket kulit, pakaian berlapis. Pada MV Monster, pakaian yang dikenakan didominasi oleh warna gelap dan nyaris serupa. Seluruh anggota mengenakan pakaian berwarna hitam berbahan kulit, <i>dark red</i> dan satin dengan ukuran ketat.
Aksesoris yang	BTS senang bermain dengan	aksesoris yang sering

melekat pada tubuh	warna rambut. Pink, merah, blonde, brown, hingga biru mint. Warna rambut dapat dikategorikan sebagai aksesoris. Anting dengan beragam model, cap, bandana, dan sepatu timberland.	digunakan oleh EXO adalah anting pada telinga dan bibir, jaket hoodie, kalung besi, topi, warna rambut yang berbeda – beda tergantung karakter anggota EXO
Properti yang digunakan dalam MV	Ledakan, api yang menyala, serta sinar yang saling bergantian mendominasi MV Mic Drop dan setting tempat yang berbeda-beda. Tetapi pada DNA, warna-warni dan permainan CGI mendominasi keseluruhan MV.	pada MV Call Me Baby, properti yang digunakan adalah mobil sport dengan setting tempat basement Pada MV Monster, exo menggunakan properti lebih sedikit dan hanya fokus pada tarian dan bagian/part masing-masing anggota. Propoerti tersebut meliputi: mobil terbakar, ular hidup, jam tangan, ruangan dengan meja lengkap.
Mimik muka dan ekspresi dalam MV	BTS senang bermain dengan ekspresi muka. Di kedua MV, seluruh personil BTS menampilkan mimik dengan pesan yang kuat. Pada MIC Drop kesan yang muncul adalah swag dan kuat. Pada DNA kesan yang terlihat adalah muda, fun, ceria, dan high tech.	Pada MV Monster, Exo menampilkan ekspresi gahar, sedangkan pada MV Call Me Baby, mimik muka yang ditonjollan adalah fun dan sedikit sexy. Mimik muka anggota EXO akan berubah menyesuaikan koreografi yang ditampilkan.
Warna dominan yang digunakan	Mic drop MV menggunakan warna gelap sebagai warna dominan. Pada MV DNA warna dominan adalah warna-warni cerah	Pada MV Monster, warna yang dominan adalah hitam dan abu-abu tua. Sedangkan pada MV Call Me Baby warna yang digunakan dibagian awal adalah warna-warni cerah. Dan kemudian berubah menjadi dominasi warna hitam
Bahasa Tubuh (selain ekspresi muka)	Gerakan tarian yang ditampilkan memberikan kesan energetic dan fun.	Gerakan tarian yang ditampilkan memberikan kesan kuat dan tangguh.

Gerakan fokus pada kaki (*footwork*).

Terdapat banyak gerakan akrobatik dan hiptrust serta memperlihatkan otot lengan dan abs.

Pada tahap konsumsi, data yang akan dianalisis berasal dari akun penggemar (*fans*) yang memuat informasi seputar idolanya dengan sudut pandang subjektif miliknya, data dikumpulkan melalui tayangan penggemar (*fanmade*) yang disebarluaskan oleh penggemar melalui akun media sosial miliknya seperti; youtube, instagram, dan twiter. Dengan demikian diperoleh variasi data yang tidak hanya terbatas pada perspektif penggemar perempuan di Indonesia tetapi juga perspektif oleh penggemar perempuan di dunia. Berikut ini kami

sajikan data yang berkaitan dengan perspektif penggemar atau tahapan konsumsi yang dilakukan oleh penggemar. Akun yang dipilih sifatnya random, dan tidak terbatas hanya dari Indonesia. Teks yang dimaksud adalah semua jenis tulisan yang disampaikan oleh pemilik akun untuk menjelaskan opininya terhadap idolanya. Visual yang dimaksud adalah foto/ cuplikan video yang berkaitan dengan idolanya dan memperkuat opininya terhadap idolanya tersebut. Dibawah ini adalah ringkasannya:

**Tabel 2**  
**Konsumsi Tanda oleh penggemar**

<b>Nama akun</b>	<b>Teks yang dituliskan</b>	<b>Visual yang diperlihatkan</b>
Taebokki (instagram)	Taehyung (BTS V) has a gaze that leaves you mesmerized after a single look. He's being that has the world wrapped around his little fingers by just being himself. He's extremely beautiful inside out you can't help but to entranced by him	Foto close taehyung (BTS V), mengenakan kaos putih dipadukan cardigan putih motif bunga warna hitam. Mengenakan gelang dan kalung beragam bentuk dan material. Mengenakan full makeup. Warna rambut: pirang
Taehmelon (instagram)	Park Jimin is sexy and he knows it	Cuplikan video yang memperlihatkan jimin (BTS) membuka sebagian kaos yang dikenakannya dan expose sebagian abs kepada audience

		saat konser.
Jungkook.land (instagram)	I am not okay. They are so f****ng beautiful	Foto full body jungkook (BTS), mengenakan jaket berwarna merah kombinasi biru tua, dengan aksesoris seperti seragam tentara kekaisaran. Warna rambut: magenta. Celana panjang warna biru tua (sama dengan warna jaket). Mengenakan anting di telinga kanan. Full makeup. Jimin: mengenakan sweater berwarna biru kombinasi. Kemeja warna pink dan celana panjang warna pink. Anting panjang di telinga kiri. Warna rambut: coklat Namjoon: mengenakan kemeja motif kotak berwarna biru dan merah. Mengenakan anting kecil di telinga kiri. Warna rambut: coklat
Adeknయాtaekook (instagram)	Tidur aja cantik.....	Potongan video memperlihatkan jungkook (BTS) tidur saat pemotretan berlangsung. Warna rambut: magenta. Mengenakan bandana dan kaos kombinasi cardigan berwarna putih.
Kooknut9 (instagram)	Manlyyyyyyy	Foto jungkook (BTS) mengenakan jaket puma berwarna abu-abu, anting bulat di telinga kiri. Wajah menghadap keatas dan mata tertutup. Warna rambut: coklat.
Kpop & Chill (youtube)	EXO (All members) sexy momment	Potongan video yang memperlihatkan momen tertentu yang dianggap oleh fans sebagai momen sexy. Moment tersebut memperlihatkan: menggigit bibir sambil memandang kamera, tarian dengan hiptrust, otot lengan, abs, ekspresi wajah saat menari.

Azzahra Kim (youtube)	EXO handsome ranking 2017	Potongan video yang memperlihatkan persepsi fans tentang siapa yang paling tampan secara berurutan. Posisi nomor 1 adalah Sehun. Foto yang ditampilkan memperlihatkan seluruh tubuh, mengenakan blazer berwarna senada dengan celana, dan kaos <i>turtle neck</i> warna hitam. Warna rambut: <i>brunnete</i> , hitam dengan poni menutupi <i>forehead</i> (tetapi terdapat foto dengan rambut disisir kebelakang tanpa menutupi wajah). wajah kecil dan oval, alis tebal, bibir tipis, garis hidung tinggi. Warna kulit putih.
--------------------------	------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Teks tersebut memperlihatkan bahwa apa yang dilihat oleh penggemar/fans adalah: bagian tubuh seperti lengan dan perut (abs), ekspresi wajah termasuk didalamnya adalah tatapan mata, bibir, posisi tubuh saat foto tersebut diambil, dan gerakan saat menari. Tubuh adalah wacana tanpa akhir. Tubuh adalah representasi dari seluruh imajinasi manusia. Melalui tubuh manusia berekspresi dan melekatkan identitas dirinya. Tubuh adalah kumpulan tanda dengan makna yang tak pernah ajeg, konstan berubah menyesuaikan dengan subjektivitas penafsir. Identitas tercipta melalui sekumpulan tanda tersebut.

Pada teks diatas dapat dilihat bagaimana fans merekonstruksi tubuh kedalam pemaknaan baru. Tubuh dibagi kedalam bagian-bagian yang terpisah tetapi menjadi kesatuan makna, garis rahang, garis hidung, leher, bentuk wajah, otot lengan, otot perut (abs), bentuk bibir,

hingga warna kulit. Tubuh menjadi representasi dari seluruh imajinasi liar yang dimiliki remaja tentang bagaimana seorang laki-laki tampil maskulin.

Kata yang sering digunakan dalam proses ini adalah; *sexy, manly, beautiful, cantik, handsome, cute, baby*. Kata ini merepresentasikan imajinasi yang dimiliki oleh penggemar. Ketika kata *sexy* yang ditampilkan, fans menggambarkan makna tersebut melalui penggambaran tubuh, yaitu; menggigit bibir, *hiptrust*, menampilkan abs dan otot lengan, serta mata yang menatap tajam. Untuk kata *handsome/ tampan*, penanda yang digunakan adalah bagian-bagian wajah. Salah satu anggota BTS bernama Taehyung (juga dikenal dengan nama panggung "V") dinobatkan sebagai "The most handsome faces of 2017" berdasarkan survey yang dilakukan oleh situs terkenal Chandler selama kurun waktu tertentu. Taehyung memperoleh 2 juta suara (vote) artinya, ciri wajah yang

dimiliki oleh Taehyung adalah ciri wajah laki-laki yang dianggap tampan (ganteng, tanpa cela, ideal), dan ciri-ciri ini disepakati oleh viewer dari seluruh dunia. Bagi penggemar BTS terutama Taehyung, hasil ini tentunya menjadi legitimasi untuk menempatkan wajah taehyung sebagai standar baru maskulinitas, dalam hal ini, ketampanan tersebut dapat dianggap sebagai bagian dari ciri ideal seorang laki-laki.

Begitupun ketika kata Cute yang digunakan, maka penanda yang digunakan adalah ekspresi wajah dan gerakan tubuh yang dianggap menggemaskan, salah satu contohnya adalah bibir, wajah yang tertawa lebar, bahkan termasuk penggunaan aksesoris seperti kacamata bulat, anting, dan bandana menjadi salah satu tanda yang digunakan untuk memberikan penggambaran tentang kata cute. Tanda ini juga berlaku untuk kata baby, pretty. Kata yang sebelumnya hanya digunakan untuk menggambarkan fisik dan visualisasi perempuan kini digunakan secara luas untuk laki-laki, walaupun kata yang digunakan sama, akan tetapi memiliki makna yang berbeda apabila digunakan sebagai penanda perempuan. Perbedaan ini dikarenakan adanya upaya pemaknaan ulang yang dilakukan penggemar boyband k-pop terhadap kata tersebut agar sesuai dengan tanda yang ditampilkan oleh boyband tersebut melalui sudut pandang subjektif fans. Walaupun demikian, diantara fans itu sendiri, terdapat kesepakatan bersama terhadap makna kata dan tanda yang ditampilkan. Kesepakatan inilah yang kemudian menjadi pembenaran bagi masyarakat secara umum (di luar fans) untuk memahami kata dan tanda tersebut

sebagai penanda maskulin dan memproduksi makna baru pada tanda tersebut.

Maskulin adalah istilah yang dirujuk untuk menyebutkan ciri-ciri seorang laki-laki. Perawakan, bahasa tubuh dan keseluruhan penampilan laki-laki diidentikan dengan ciri-ciri maskulin, yaitu; berbadan besar, tegap, berbadan bidang, berotot, garis wajah tegas dengan rahang yang menonjol. Kesan kuat, tangguh dan kasar melekat pada istilah maskulin. Kata maskulin identik dengan sosok laki-laki, sehingga walaupun seorang perempuan bergaya seperti laki-laki, maka kata yang lazim digunakan adalah kata "tomboy" (walaupun dalam beberapa kasus, kata "perempuan maskulin" juga kerap dijumpai untuk menyebutkan perempuan yang kuat dan tangguh serta bergaya seperti laki-laki).

Makna maskulin bergeser seiring dengan semakin kaburnya batas budaya masyarakat dunia. Maskulin juga sering digunakan untuk menggambarkan ciri-ciri khas seorang laki-laki dan memiliki variasi yang berbeda-beda bergantung pada budaya dan tradisi setempat. Misalnya, jenggot sebagai ciri laki-laki pada budaya timur tengah tidak akan ditemui pada budaya timur lainnya, atau kemampuan berkuda sebagai syarat sah menjadi laki-laki pada suku asia tengah, yang tidaklah sama dengan ciri laki-laki pada suku asia tenggara yang umumnya berladang.

Remaja memaknai kata maskulin melalui berbagai tanda dan simbol yang dikonstruksi oleh informasi dan visualisasi yang diyakininya. Tanda dan simbol yang telah dikonstruksi tersebut diterima sebagai kebenaran yang diakuinya, kemudian diimplementasikan

kembali kedalam dirinya dan disesuaikan dengan budaya yang melekat dalam dirinya. Dalam proses pemaknaan ulang tersebut, istilah maskulin mengalami pergeseran makna kembali dan

menghasilkan makna baru. Untuk melihat proses tersebut, dibawah ini diuraikan kembali tanda dan makna maskulinitas pada versi umum dan versi K-Pop.

**Tabel 3**  
**Perbandingan Tanda Maskulin**

No	Aspek	Jenis Tanda	
		Versi umum	Versi K-Pop
1	Bentuk wajah	Bentuk wajah persegi, dengan bentuk rahang kuat dan tegas, leher tebal, memiliki jambang/ jenggot (memiliki facial hair), kulit kasar, bibir tebal, alis tebal, garis hidung tinggi dan lebar.	Bentuk wajah kecil, oval, dengan garis muka yang halus, garis rahang yang halus, leher yang jenjang, tidak memiliki facial hair (rambut wajah), garis hidung tinggi, mata bulat kecil dengan double eyelids, bibir plump atau tipis tapi tidak lebar, kulit halus.
2	Bentuk tubuh	Tinggi, besar, dada bidang, bahu lebar, lengan dan kaki berotot.	Tinggi, kurus, bahu lebar, memiliki bentuk perut dengan otot abs <i>six pack</i> .
3	Gaya rambut	Potongan pendek, berwarna alami,	Potongan pendek dengan poni, berwarna-warni
4	Warna kulit	Coklat	Putih
5	Pakaian	Jaket kulit, jeans, celana panjang, kaos berwarna gelap, kemeja jeans atau berwarna gelap, celana sobek,	Jaket warna-warni, jeans yang disobek, celana sepanjang mata kaki/diatas mata kaki atau pendek diatas lutut, kaos putih atau berwarna cerah, kemeja warna-warni.

Tanda maskulin yang bergeser cukup jauh adalah bentuk wajah, warna kulit dan bentuk tubuh. Pada bentuk wajah, garis ideal menjadi garis wajah yang halus, bentuk kecil dengan facial hair yang minim. Ciri ini melekat pada komposisi wajah idol boyband k-pop. Idola-idola dalam K-Pop umumnya memiliki proporsi wajah yang kecil, hal ini terkait secara genetika, wajah asia memang kecil dengan garis yang halus. Komposisi ideal wajah idola K-Pop juga ditunjukkan dengan garis hidung yang tinggi dengan proporsi tulang pipi yang sejajar. Dengan kondisi ideal tersebut maka wajah idol K-Pop memiliki komposisi dan proporsi yang sama, bahkan nyaris mirip antara satu dengan lainnya. Kemiripan ini menjadi sebuah penanda adanya kesepakatan bersama bahwa wajah ideal adalah sebagaimana yang ditampilkan oleh idola-idola tersebut. Fans remaja menerima informasi tersebut secara implisit dan apa adanya, memasukkannya kedalam kriteria ideal miliknya sendiri. Secara langsung remaja melihat dirinya melalui cerminan idolanya. Ciri-ciri khusus yang dimiliki idolanya menjadi ciri khusus yang harus dimilikinya apabila ingin dilihat sebagai laki-laki maskulin versi idolanya.

Remaja era millenium terpapar informasi tanpa henti tentang bagaimana laki-laki harus terlihat dalam dunia K-Pop, begitupun remaja di Indonesia. dalam sebuah survei yang dilakukan oleh Youtube, Indonesia berada dalam peringkat 4 dunia sebagai negara paling banyak streaming MV K-Pop BTS melalui youtube. Peringkat 1 vietnam, peringkat 2 United State, peringkat 3 Korean, peringkat 4 Indonesia, peringkat 5

Fillipina. Peringkat ini dilakukan oleh Youtube pada BTS MV berjudul Fake Love yang rilis oleh situs youtube pada bulan april tahun 2018. Hal ini memperlihatkan massif-nya pengaruh boyband tersebut pada penggemarnya. Penggemar K-Pop (Penggemar perempuan disebut Fangirl, sedangkan untuk laki-laki disebut fanboy. Istilah ini akan digunakan pada pembahasan selanjutnya) mayoritas adalah perempuan, walaupun tidak tertutup kemungkinan jumlah penggemar laki-laki yang tidak sedikit di Indonesia. penggemar perempuan mengembangkan kriteria ideal laki-laki yang berasal dari perspektifnya terhadap idola boyband k-pop.

Metafor tidak datang dari kata, melainkan dari imajinasi. Pernyataan Derrida ini menyatakan bahwa imajinasi merupakan sebagai efek dari difference itu sendiri yang muncul akibat ketegangan antara pembatasan perspektif dan keterbukaan, antara kejelasan makna dan ambiguitas, antara monotomi dan polisemi, antara stabilitas makna dan destabilisasi (Al Fayyadl, 2005:163). Imajinasi remaja mengenai bagaimana sosok laki-laki mendorong mereka untuk mengembangkan sendiri kriteria ideal mengenai laki-laki. kriteria yang kemudian mengarahkan mereka pada pergeseran perspektif mengenai perilaku laki-laki, tentang apa yang boleh dilakukan oleh laki-laki dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh laki-laki. salah satu contoh menarik adalah mengenai makna kosmetik/ make up. Penggunaan kosmetik/ make up sampai generasi tahun 80an dianggap sebagai domain perempuan, atau ranahnya perempuan. Produsen pun hanya membuat kosmetik/make up dengan visualisasi

perempuan cantik. Sampai awal tahun 90an make up masih dipandang sebagai dunianya perempuan, walaupun kemudian bergeser menjadi salah satu persiapan penting bagi pelaku hiburan untuk tampil lebih menarik diatas panggung (istilah yang populer adalah stage make up). Dan saat ini awal tahun 2000an, kosmetik mulai terlihat wajar dikenakan oleh laki-laki dalam kesehariannya dan bukan hanya sekedar saat diatas panggung. Masyarakat menilai penggunaan kosmetik wajar bagi semua jenis kelamin dikarenakan kebutuhan kesehatan dan kebersihan. Tidak berhenti hanya pada asumsi kesehatan dan kebersihan, penggunaan kosmetik merambah pada dunia pekerjaan yang menilai penampilan dalam rangking yang tinggi. Pria dengan kulit yang bersih, cerah, wangi, bersih dan rapi dianggap lebih kompeten dibandingkan dengan pria dengan penampilan yang tidak cerah, tidak putih, penuh dengan jambang dan kumis yang tidak terawat serta tidak wangi. Sehingga saat ini kita bisa menjumpai kosmetik/makeup yang khusus dijual untuk laki-laki.

Penggunaan kosmetik/makeup oleh boyband k-pop menjadi sebuah keharusan. Di semua tayangan boyband k-pop tampil full makeup, memperlihatkan kulit putih tanpa cela, bibir yang merah/pink, bulu mata dan alis yang tebal, warna mata yang unik dan lain-lain. Visualisasi tentang kesempurnaan ini mendorong remaja mengembangkan penanda baru dalam ciri-ciri laki-laki. bukan hanya sekedar menggunakan foundation atau bedak dan lipstick tetapi lebih pada gaya hidup (bagi laki-laki) yang lebih perhatian pada penggunaan kosmetik untuk

membersihkan kulit, mencerahkan, membuatnya tampil flawless, nyaris seperti wajah yang direkonstruksi oleh grafik komputer. Penggunaan kosmetik/makeup hanyalah sebagai alat bantu untuk menjadikan visualisasi tersebut menjadi nyata dan sesuai dengan ciri ideal yang telah melekat pada boyband k-pop. Kosmetik/makeup tidak lagi menjadi tanda khas milik perempuan/ feminitas. Pergeseran makna tanda tersebut mendorong produksi tanda oleh kosmetik/makeup tersebut yang tidak hanya menampilkan perempuan tetapi juga laki-laki sebagai model dan visualisasi.

Maskulinitas bukan lagi kata yang berasal dari pemaknaan bersama tanda, melainkan penanda yang berasal dari imajinasi remaja itu sendiri dengan tanda dan simbolisasi khas yang diadopsi langsung dari idolanya. Apa yang dilihat remaja melalui visualisasi idolanya menjadi sebuah kebenaran bagi remaja tentang bagaimana seorang laki-laki seharusnya. Tanda tersebut mengisyaratkan kebebasan indera untuk menerjemahkan makna maskulin yang diproduksi oleh boyband k-pop. Produksi yang tanpa henti dilakukan oleh boyband k-pop dan menghasilkan upaya pemaknaan ulang yang juga tanpa henti oleh remaja penggemar boyband k-pop, terutama remaja dengan budaya yang berbeda dengan boyband k-pop yang menjadi idolanya.

Perbedaan budaya tentunya menghadirkan pertentangan makna tanda, sehingga dalam proses konsumsi yang dilakukan oleh remaja, pemaknaan menjadi proses subjektif dan imajiner. Budaya memainkan peran penting dalam menentukan batas dan differensiasi

makna tanda, sehingga ketika penanda maskulin tersebut dikonsumsi oleh remaja, maka dimulailah proses konstruksi ulang dari makna tersebut. Pada subbab sebelumnya telah dinyatakan fakta tentang terpilihnya salah satu anggota boyband k-pop sebagai “the most handsome faces 2017”, mengalahkan aktor-aktor seluruh dunia dengan ciri konvensional. Fakta ini mengimplikasikan bahwa ciri ideal maskulin tidak pernah ajeg, selalu dinamis dan berubah bergantung pada upaya penafsir dalam melakukan pemaknaan ulang tanda. Peran budaya dalam hal ini tidak lagi signifikan, mengingat voter yang berasal dari seluruh dunia yang tentunya berbeda budaya, kebiasaan, tradisi, ras, dan negara tetapi tetap memilih taehyung (anggota BTS) sebagai wajah tertampan dunia.

Upaya pemaknaan ulang penanda maskulin yang dilakukan oleh remaja penggemar boyband k-pop tidaklah statis dan ajeg. Makna mengikuti tanda, dan tanda mengikuti makna baru, terus menerus sebagai sebuah proses tanpa henti. Mengulang tanpa memiliki kebenaran sejati. Maskulin yang ditandai dengan representasi tubuh tidak akan sama, seiring waktu, remaja akan kembali mempertanyakan ulang makna tanda tersebut dan membangun ulang makna maskulin melalui tanda-tanda yang dilihatnya secara imajiner. Subjektifitas total yang melekat pada pemaknaan tanda maskulin dilakukan oleh remaja sebagai bagian dari upayanya mengidentifikasi dirinya. Remaja dipahami melalui hasrat dan perspektifnya pada masalah-masalah yang menyimpannya. “Menjadi remaja” adalah isu penting yang dihadapi oleh

remaja, dan kebingungan untuk mengidentifikasi apa itu remaja dijawab oleh tanda-tanda teks dan visual yang dibawa sebagai ideologi baru oleh boyband k-pop. Bahwa remaja saat ini tidak lagi memiliki batasan budaya, ras, dan negara. Semua remaja memiliki permasalahan yang sama dan dengan demikian memiliki sudut pandang yang sama dalam memahami masalah tersebut. Boyband k-pop menawarkan sebuah ideologi remaja baru yang menghilangkan pembatasan budaya, ras, dan negara.

### **Kesimpulan**

Pemaknaan ulang tanda maskulin yang dilakukan oleh remaja menghasilkan self-understanding yang utuh pada diri remaja tersebut sebagai penafsir tanda walaupun tanda itu sendiri tidak stabil dan tidak seluruh bagian dikonstruksi oleh kesadaran dalam diri remaja, akan tetapi, remaja memproyeksikan setiap tanda sesuai dengan kebenaran yang diyakininya. Kebenaran yang berasal imajinasinya terhadap penanda maskulin boyband k-pop dan dengan sungguh-sungguh makna tersebut diinternalisasikan kedalam eksistensi dirinya. Remaja menjadikan makna penanda sebagai sebuah objek kebenaran yang hadir untuk menjustifikasikan dirinya sendiri baik sebagai remaja maupun sebagai laki-laki.

### **Referensi**

- Agger, Ben. (2003). *Teori Sosial Kritis. Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Kreasi Wacana. Jogjakarta.
- Al-Fayyadi, Muhammad. (2005). *Derrida*. Cetakan 1. LkiS. Yogyakarta.
- Barker, Chris. (2005). *Cultural Studies. Teori dan Praktik*. Edisi Kedua. Benteng Pustaka. Jogjakarta.

- Bungin, Burhan. (2008). Sosiologi komunikasi (teori, paradigma dan diskusi teknologi komunikasi). Kencana Pradana Media Group. Jakarta.
- Handaningtias, Uliviana RH. (2010). Maskulinitas: Konstruksi Sosial oleh Media Massa. Analisis Wacana Kritis terhadap Fenomena Metroseksual dan Identitas Maskulin dalam Artikel Majalah Cosmopolitan Men. Thesis. Universitas Padjajaran. Bandung.
- Hall, Stuart; Dorothy Hobson; Andrew Lowe; dan paul Willis. (2011). Budaya Media Bahasa; Teks Utama Pencang Cultural Studies 1972-1979. Jalsutra. Jogjakarta.
- Moleong, Lexy J. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rivers, William L; Jay W. Jensen; Theodore Peterson. (2004). Media massa dan Masyarakat Modern. Edisi Kedua. Prenada Media. Jakarta.
- Storey, John. Teori Budaya dan budaya Pop. Memetakan lanskap konseptual Cultural Studies. Penerbit qalam. Jogjakarta.