



**PEMAKNAAN PRIA TERHADAP KONSTRUKSI MASKULINITAS  
DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM L-MEN**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Annisa Izdihar Khalisha**

**NIM : 14030112140117**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2016**

## ABSTRAK

Nama : Annisa Izdihar Khalisha  
NIM : 14030112140117  
Judul : Pemaknaan Pria Terhadap Konstruksi Maskulinitas Dalam Media Sosial Instagram L-MEN

---

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana konstruksi-konstruksi maskulinitas yang ditampilkan dalam media sosial Instagram @LMEN mempengaruhi pemaknaan khalayak pria tentang gambar-gambar yang berkaitan dengan tampilan maskulin.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana akun Instagram @LMEN mengkonstruksi citra-citra maskulinitas pria dan bagaimana pemaknaan pria terhadap citra maskulinitas tersebut. Analisis dilakukan dengan paradigma kritis dan menggunakan metode analisis resepsi milik Ien Ang. *Muscular Male Body Ideal Theory* Susan Bordo serta *Disciplining The Body Theory* Michel Foucault digunakan sebagai teori yang menjelaskan bagaimana kriteria tubuh berotot sebagai simbol dari maskulinitas pria berkembang dalam diri sendiri dan publik, serta pendisiplinan tubuh apa saja yang dilakukan agar memenuhi citra pria ideal yang dikonstruksi oleh media.

Hasil penelitian menunjukkan pemaknaan informan terhadap makna dominan (*preferred reading*) memiliki keberagaman pemaknaan karena dipengaruhi latar belakang yang berbeda, antara lain berdasarkan kategori berat badan, usia dan pekerjaan. *Preferred reading* yang ditawarkan pada teks media Instagram adalah pria harus melakukan pendisiplinan tubuh berupa *rezim* olahraga menggunakan alat beban di *gym* dan mengkonsumsi suplemen L-MEN untuk memiliki tubuh berotot (*mesomorph*) agar diakui maskulinitasnya, yaitu sebagai sosok pria yang ideal, kuat, menginspirasi, pantang menyerah, tampan serta *sexy*. Terdapat kelompok informan pria yang memiliki pemaknaan sama dengan makna dominan, serta ada pula kelompok yang memiliki pemaknaan di luar dari makna dominan tersebut karena dikaitkan dengan nilai internal pada diri mereka. Dan kelompok informan yang dominan adalah mereka yang menerima makna dominan dalam teks media dari Instagram L-MEN.

Kata kunci : komunikasi gender, pemaknaan pria, konstruksi maskulinitas, media sosial Instagram

## ABSTRACT

Name : Annisa Izdihar Khalisha  
NIM : 14030112140117  
Title : Male Reception Towards Masculinity Construction on L-MEN's Instagram Social Media

---

This research envisages information about how the construction of masculinity showed on @LMEN's Instagram influences male's perspective in case of the ideal appearance of masculinity.

The purposes of this research are to analyze how @LMEN's Instagram constructs the male's masculinity and how the man interprets those of masculinity concepts. Critical paradigm is used to analyze this research, furthermore, this research also uses reception analysis method written by Ien Ang. Muscular Male Body Ideal Theory Susan Bordo and Disciplining The Body Theory Michel Foucault used as a theory that explains how the criteria muscular body as a symbol of men's masculinity develops in the privacy and public, as well as the disciplinary body of what is being done to meet the image of the ideal man who constructed by media.

The results showed the informant meaning of the meaning of dominant (preferred reading) have a diversity of meanings for different background influenced, among others, by categories of weight, age and occupation. Preferred reading offered on medium text Instagram is a man to be conducted disciplinary body form of exercise regime using the tool weights at the gym and taking supplements of L-MEN to have a muscular body (mesomorph) to be recognized masculinity, a male figure that is ideal, strong, inspire, attractive, handsome and sexy. There are groups of informants men who have the same meaning with the dominant meaning, and there are groups that have meaning outside of the dominant meaning because it is associated with an internal value on themselves. And the informant dominant group are those who accept the dominant meaning of the text media from Instagram L-MEN.

Keywords: gender communication, meaning man, masculinity's construction, Instagram's media

## PENDAHULUAN

Sehat menjadi salah satu hal terpenting yang harus dimiliki oleh setiap individu untuk menjalani kehidupan. Definisi sehat menurut Linda Ewles & Ina Simmet (1992: 18) adalah mekanisme tubuh dapat berfungsi dengan baik, tidak terkena penyakit sehingga memungkinkan untuk melakukan kegiatan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memelihara serta meningkatkan kesehatan adalah dengan melakukan olahraga, yaitu mengolah raga atau mengolah jasmani melalui serangkaian gerak dengan raga yang teratur dan terencana yang dilakukan orang dengan sadar untuk meningkatkan kemampuan fungsional untuk mencegah penyakit serta meningkatkan kualitas hidup (Giriwijoyo & Sidik, 2012: 37).

Media kerap mengemas informasi mengenai kesehatan tubuh secara menarik dengan menghadirkan keyakinan bahwa sehat yang didapat setelah melakukan olahraga harus dapat dibuktikan dengan penampilan fisik atau tubuh tertentu. Cortese (2008 dalam Frangky, 2012: 12) menyebutkan bahwa iklan banyak menggunakan penggambaran visual dari pria atau wanita untuk mempersuasi khalayak. Hasil survei terbaru pada tahun 2015 dari penelitian OnePulse yang merupakan *Startup Company* di London, menunjukkan bahwa dari 400 kaum pria yang menjadi responden, tercatat hanya 11% atau 44 orang pria merasa percaya diri dengan penampilan tubuh mereka, sementara 48% atau 192 orang pria mengatakan tidak menyukai bentuk tubuhnya dan sisanya 164 orang menjawab tidak peduli penampilan tubuhnya berada di urutan tertinggi (<https://www.detik.com>). Dr. Carina Norris (2009: 34) mengatakan bahwa pria

memiliki tekanan terhadap membentuk dan memelihara bentuk tubuh karena mereka ingin memiliki tubuh berisi dan berotot seperti yang disajikan dalam media. Di Indonesia, salah satu aparat yang juga giat menyebarkan informasi mengenai cara menjaga dan meningkatkan kesehatan tubuh dilakukan oleh produk L-MEN yang memanfaatkan kemajuan teknologi berupa media sosial Instagram untuk mempromosikan produk suplemennya. Informasi pada foto-foto unggahan akun Instagram @LMEN memunculkan elemen-elemen dari konstruksi maskulinitas pria yaitu pendisiplinan tubuh, bentuk tubuh (*physical shape*) serta *fashion and hair*. Foto-foto yang mengandung elemen-elemen tubuh maskulin pun mendapat berbagai komentar dari *followers*. Jika dilihat, komentar-komentar *followers* tersebut dapat memunculkan suatu tekanan bagi kaum pria agar melakukan modifikasi dan pembentukan tubuh agar diakui maskulinitasnya.

Melalui tanggapan-tanggapan *followers* dari akun Instagram @LMEN, dapat dilihat bahwa media tidak hanya sekedar memberikan informasi, tetapi juga mempengaruhi dengan cara menggambarkan kepercayaan, nilai-nilai dan ideologi. Pemaknaan dari para *followers* pun dapat berbeda-beda dengan disesuaikan latar belakang, keadaan subjektif, konteks sosial-budaya, serta pengalaman yang dimiliki oleh khalayak.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori maskulinitas dari Linda Tuncay (dalam Sondakh, 2014: 3) yang menyebutkan *elemen appearance* dan *physical shape* yang dapat diteliti dari maskulinitas, serta teori maskulinitas dari Deborah dan Robert Brannon (dalam Dermatoto, 2008: 11) mengemukakan empat aturan untuk memperkokoh maskulinitas. Kemudian, teori *Disciplining The*

*Body* dari Foucault mengenai pendisiplinan apa saja yang dilakukan guna memperoleh tubuh yang diinginkan, dan teori *Muscular Male Body Ideal* dari Susan Bordo berkaitan dengan kepemilikan tubuh berotot pada pria di kehidupan pribadi dan publik.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Straus dan Corbin (dalam Creswell, 1998: 24) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara yang berkaitan dengan kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi oleh Ien Ang yang didefinisikan sebagai suatu penelitian yang digunakan untuk mempelajari adanya perbedaan pemaknaan dari penginterpretasian tiap-tiap *audience* pada teks yang sama (Downing, Muhammadi & Sreberny, 1990: 160). Subjek dalam penelitian ini adalah kaum pria yang menjadi pengikut atau *followers* dari akun Instagram @LMEN dengan memiliki latar belakang yang berbeda-beda, diantaranya berdasarkan kategori berat badan, usia, orientasi seksual serta pekerjaan yang berbeda. Langkah-langkah analisis data dengan menggunakan metodologi resepsi adalah analisis *preferred reading* dari teks yang akan diteliti, analisis dan interpretasi data dari wawancara, mengkodekan tema-tema yang muncul, dan membandingkan tema-tema yang muncul dengan *preferred reading*.

## TEMUAN PENELITIAN

1. Pada elemen maskulinitas kategori *disciplining the body* dalam foto tema disiplin tubuh dengan di arena gym dan *dumbbell exercise*, mayoritas informan setuju dengan *preferred reading*.
2. Pada elemen maskulinitas kategori *disciplining the body* dalam foto tema produk suplemen L-MEN, terdapat pemaknaan di luar makna dominan, yaitu suplemen kemasan praktis tidak efektif untuk membantu pembentukan pada otot dan pemaknaan yang setuju dengan *preferred reading* yaitu susu bubuk *whey protein* sangat efektif untuk membantu pembentukan pada otot.
3. Pada elemen maskulinitas kategori *physical shape*, mayoritas informan setuju dengan *preferred reading*.
4. Pada elemen maskulinitas kategori *appearance* yang terdiri dari *fashion and hair*, mayoritas informan setuju dengan *preferred reading*.

## PEMBAHASAN

Susan Bordo dalam bukunya yang berjudul *The Male Body : A New Look at Men in Public and in Private* (1999: 49) mengatakan tidak ada seorang pun yang ingin menjadi tidak berguna. Untuk meyakinkan diri sendiri agar menjadi sesuatu dari apa yang tidak kita miliki adalah dengan membayangkan bahwa orang lain menilai kita pada kualitas tertentu. Baik pria maupun wanita, ketika disalahgunakan atau dipermalukan, sering beralih ke tubuh mereka dalam upaya untuk membangun domain pribadi, di mana rasa kontrol dan harga diri dapat terbangun kembali (Bordo, 1999: 57). Pria biasanya akan beralih ke hal yang berkaitan dengan binaraga karena untuk memiliki tubuh berotot. Ternyata

semakin berkembangnya zaman, kaum pria juga melakukan diet ketat sebagai pendisiplinan tubuh untuk memiliki tubuh berotot karena aturan pola makan yang dilakukan mempengaruhi konstruksi kekeringan otot pada tubuh.

Kemudian ditambah dengan harus mengonsumsi suplemen *whey protein* untuk pembentukan otot yang semakin canggih dan menarik dalam pemasarannya untuk mempengaruhi masyarakat. Hal ini berkaitan dengan teori *Disciplining The Body* oleh Foucault (dalam Hardiansyah, 2012: 69) yang mendefinisikan disiplin adalah bukan pelaksanaan kehendak atas paksaan yang datang dari orang lain, tetapi disiplin merupakan pelaksanaan atas kehendak sendiri. Dalam pendisiplinan, tubuh dianggap sebagai mesin yang harus dioptimalkan kapabilitasnya dengan dibuat berguna dan patuh (Foucault dalam Afandi, 2011: 52). Menurut Bordo (1999 : 137-138) kepemilikan tubuh berotot juga disertai dengan menggunakan pakaian seperti yang ditampilkan majalah, yang mana pada awal tahun lima puluhan, *t-shirt* biasa dipakai longgar dengan lengan dilipat untuk memfokuskan pandangan orang ke bagian lengan, serta disertai celana jeans yang dipotong untuk memperlihatkan kesan berantakan dan agresif pada pria, namun tetap dalam *fashion*. Saat ini kesan "*sporty*" dimanfaatkan pada pakaian yang dapat memperlihatkan lekukan tubuh, yaitu dengan mengenakan *x-shirt* atau pakaian tidak berlengan serta *t-shirt* dengan bahan lentur agar lekukan otot dapat tetap ditampilkan kepada orang lain. Selain itu, juga dilengkapi dengan gaya rambut yang seharusnya dimiliki oleh pria yaitu gaya rambut cepak yang mana untuk mempertegas lekukan wajah pada pria sebagai penampilan maskulin.

## SARAN

Pembahasan mengenai maskulinitas di media baru perlu ditelaah lagi dengan lebih seksama, mengingat munculnya berbagai jenis media baru dengan fitur-fitur semakin canggih, salah satu adalah aplikasi Instagram yang memberikan informasi berupa gambar dan dapat dilihat oleh siapa saja karena apabila usaha untuk memiliki penampilan maskulin atau bentuk tubuh yang diidamkan ataupun yang sesuai dengan konstruksi bentuk tubuh maskulin ideal seperti yang ditampilkan media, dapat menimbulkan hal-hal negatif seperti penggunaan steroid, cedera pada tubuh, hingga dapat menimbulkan gangguan jiwa akibat *stress*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Abdullah Khozin. (2011). "Konsep Kekuasaan Michel Foucault". *Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel.
- Arsami, Rendi. (2013). *Gaya Hidup Fitness*. Medan: Departemen Antropologi Sumatera Utara.
- Bordo, Susan. (1999). *The Male Body: A New Look at Men in Public and in Private*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Briggs, A dan Colbey, P. (1998). *The Media : An Introduction*. New York: Addison Wesley Longman, Ltd.
- Bungin, Burhan. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2003). *Media Society: Industries, Images, and Audiences (3rd ed)*. Thousand Oaks, Cal: Sage Publications, Inc.
- Dermatoto, Argyo. (2010). "Konsep Maskulinitas Dari Zaman Ke Zaman Dan Citranya Dalam Media". *Jurnal Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNS Surakarta*.
- Downing, John, Ali Muhammadi, Anabella Sreberny. (1990). *Questioning the Media: A Critical Introduction*. California: SAGE Publications.
- E, Frangky. (2012). Pemaknaan Mengenai Nilai-Nilai Maskulinitas dan Citra Tubuh Dalam Program Komunikasi Pemasaran L-Men Di Televisi oleh

- Laki-laki Homoseksual dan Laki-laki Heteroseksual. *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Edwards, T. (2006). *Cultures of Masculinity*. New York: Routledge.
- Eriyanto.(2001). *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Lkis.
- Ewles, Linda dan Ina Simmet. (1992). *Konsep Sehat*. Jakarta: Pusdiklat Pegawai Depkes RI.
- Giriwijoyo, S dan Zafar Sidik, D. (2012). *Ilmu Kesehatan dan Olahraga*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Guba, dan Lincoln.(1988). *Effective Evaluation*. San Francisco: Jossey-Bass Publisher.
- Hanke, Robert. (1998). *Communication Theory*. Louisville: Amerika Serikat.
- Hardiansyah, A. (2012). “Seni Disiplin Tubuh Dalam Perspektif Michel Foucault”. *Jurnal Ushuluddin IAIN Ar-Raniry Banda Aceh*. Hal 69.
- Jensen, Klaus Bruhn. (2002). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication*. London: Routledge.
- Kurnia, Novi. (2004). “Representasi Maskulinitas dalam Iklan”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Fisipol UGM*.
- Lega, Mareta Panduwinata. (2011). Representasi Maskulinitas Pada Iklan Minuman Energi M-150 Versi “Hero”. *Skripsi*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Lutvia, Lucky. (2001). “Desain Busana Pesta Wanita Etnis Tionghoa”. *Jurnal Magister Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung*.
- Lynne, Melissa Jakubauskas. (2010). “Men's consumption of fitness and exercise: An exploration of motivations for exercise and fitness involvement”. *Jurnal Iowa State University America*.
- McGrath, M. D. (2006). *The ‘New’ Male Consumer : Appearance Management Product Advertising and The Male Physical Ideal in Men’s Interest Magazine from 1965-2005*. Proquest Dissertations and Theses Database.
- McQuail, Denis. (2010). *McQuali’s Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications.
- Miles, Jason. (2014). *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with The Power of Pictures*. McGrawn Education e-Books.
- Mohammed, S. G. (2011). *Idealized Masculinity: Image of White Men’s Bodies and White Men’s Ideas about Masculinity*. Washington, District of Columbia: Proquest Dissertations.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistrik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Norris, Dr. Carina. (2009). *The Food Manual : Your Guide to Nutrition and Healthy Eating*. London: J H Haynes an Co, Ltd.
- Nurmalasari, Febri. (2010). Representasi Metroseksual Dalam Iklan Televisi Produk Perawatan Wajah Pria. *Skripsi*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Putri R, Evania. (2015). “Foto Diri, Representasi Identitas, dan Masyarakat Tontonan di Media Sosial Instagram”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Fisipol UGM*.
- Rollinson, Dave. (2011). *The Television Series*. London: Oxford University Press.

- Rosalina. (2012). *Maskulinitas Pada Iklan Televisi*. Universitas Indonesia: Departemen Ilmu Komunikasi.
- Sondakh, Priska Cinthia. (2014). *Maskulinitas Di Majalah Pria*. Surabaya: Ilmu Komunikasi Universitas Petra.
- Tinarbuko, Sumbo. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Trikuncoro, Diah Kusumawati dan Mursito. (2013). *Maskulinitas Dalam Iklan Majalah Pria*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Wibowo, Wahyu. (2003). *Sihir Iklan: Format Komunikasi Mondial dalam Kehidupan Urban-Kosmopolit*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Yuliati, Reny. (2014). *Perilaku Penyelamatan Muka Pada Sosial Media*. Semarang: SEMANTIK.

- Membaca (Lagi) Struktur Patriarki dalam Masyarakat dalam [https://www.academia.edu/19598189/Membaca\\_Lagi\\_Struktur\\_Patriarki\\_dalam\\_Masyarakat](https://www.academia.edu/19598189/Membaca_Lagi_Struktur_Patriarki_dalam_Masyarakat) diakses pada tanggal 5 Februari, pukul 14.00 WIB.
- Foto Instagram @LMEN dalam <https://www.instagram.com/LMEN/> diakses pada tanggal 5 Februari 2016, pukul 19.00 WIB.
- L-MEN Of The Year dalam <https://www.l-men.com> diakses pada tanggal 7 Februari 2016, pukul 22.00 WIB.
- Pria Masa Kini Tidak Percaya Diri Akan Bentuk Tubuhnya <https://www.detik.com> diakses pada tanggal 23 Februari 2016, pukul 17.00 WIB.
- Guide Body Building E-Book dalam <https://www.bodybulding.com> diakses pada tanggal 23 Februari 2016, pukul 17.30 WIB.
- Steroid Anabolik dalam <http://wol.jw.org/en/wol/d/r25/lp-in/102005928#h=8> pada tanggal 24 Maret 2016, pukul 07.00 WIB.
- Kenali Definisi Berat Badan Ideal dan Sehat serta Cara Menghitungnya dalam <https://www.futuready.com> pada tanggal 1 Agustus 2016, pukul 15.00 WIB.
- Body Fat Percentage (BFP) dalam [https://e.m.wikipedia.org/wiki/Body\\_percentage](https://e.m.wikipedia.org/wiki/Body_percentage) pada tanggal 1 Agustus 2016, pukul 19.00 WIB.
- Di Balik Otot Kekar dalam <http://www.femina.co.id> pada tanggal 28 Agustus 2016, pukul 20.15 WIB.