

PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP KONSTRUKSI *HYBRID MASCULINITY*

Ingrid Dyah Nastiti

Departemen Ilmu Komunikasi. Universitas Diponegoro.

Email : ingrid_dn@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak terhadap konstruksi *hybrid masculinity* dengan melihat acara *reality survival show Produce 101 Season 2*. *Produce 101 Season 2* termasuk acara dari Korea Selatan yang banyak dikonsumsi dan ditonton oleh masyarakat Indonesia, padahal acara ini menampilkan bentuk maskulinitas yaitu *hybrid masculinity* yang cukup berbeda dan baru bagi masyarakat Indonesia karena berbeda dengan bentuk maskulinitas dominan yang selama ini telah dikenal. Jenis *hybrid masculinity* yang diteliti dalam penelitian ini adalah *localized global/regional masculinity* dan *manufactured versatile masculinity*. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk mengetahui makna – makna dominan atau *preferred reading* yang muncul dan analisis resepsi Stuart Hall untuk mengetahui pemaknaan khalayak, serta menggunakan teori khalayak aktif dan teori performativitas gender.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan memiliki standar maskulinitas ideal yang sejalan dengan maskulinitas dominan, seperti memiliki rahang yang tegas dan tubuh yang tegap, tidak memiliki gaya rambut yang berlebihan, mampu menjaga penampilan, memiliki pembawaan yang tenang dan tidak berlebihan, serta mampu menghormati perempuan.

Pemaknaan informan yang terdiri dari informan laki – laki dan perempuan terhadap konstruksi *hybrid masculinity* dalam acara *Produce 101 Season 2* mengalami keberagaman dengan kecenderungan berada pada posisi dominan. Elemen yang paling banyak dimaknai dominan adalah elemen penampilan fisik yang dilihat dari bentuk tubuh berotot, badan yang tinggi dan keseluruhan penggabungan wajah *kkonminam* dengan tubuh berotot, dan elemen upaya mencapai penampilan fisik melalui olahraga, penggunaan masker wajah dan bercukur janggut. Selain itu, elemen yang paling banyak dimaknai secara negosiasi adalah elemen penampilan fisik yang dilihat dari tipe wajah *kkonminam*, elemen upaya mencapai penampilan fisik melalui penggunaan *make up*, dan elemen citra yang ditampilkan melalui gerak tubuh menarikan tarian grup perempuan. Sedangkan elemen citra yang ditampilkan melalui ekspresi dan suara yaitu penggabungan citra *aegyo* dan *manly* memiliki pemaknaan yangimbang antara posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak dapat setuju dan menegosiasikan laki – laki yang memiliki maskulinitas yang cukup berbeda dengan maskulinitas dominan yang sebelumnya mereka kenal, dan bahwa khalayak aktif karena mereka tidak serta merta menginterpretasikan dan menerima pesan yang disampaikan media begitu saja, namun dipertimbangkan dan dinegosiasikan sesuai dengan latar belakang dan kondisi masing – masing khalayak.

Kata kunci: pemaknaan khalayak, *hybrid masculinity*, *preferred reading*

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Maskulinitas adalah seperangkat praktik sosial dan representasi budaya yang terkait dengan menjadi laki – laki (Pilcher dan Whelehan, 2017: 92). Laki – laki harus memenuhi kriteria maskulinitas untuk dapat dianggap sebagai laki – laki. Priyo Soemandoyo (dalam Widyatama, 2006: 6) mengatakan pria digambarkan memiliki fisik yang besar, agresif, prestatif, dominan-superior, asertif dan dimitoskan sebagai pelindung. Konsep gender di tengah masyarakat sudah melekat dalam hampir setiap aspek kehidupan manusia, baik itu dalam bersikap, menentukan pandangan serta opini dan bahkan bagaimana seseorang menempatkan diri di dalam masyarakat.

Masyarakat Indonesia tentu saja memiliki pemaknaan mengenai maskulinitas sesuai dengan situasi latar belakang dan lingkungannya. Namun, belakangan ini terdapat fenomena baru

mengenai maskulinitas yang cukup menarik dan berbeda, yaitu maskulinitas yang ditampilkan oleh boyband – boyband dari Korea Selatan. Maskulinitas yang ditampilkan oleh boyband dari Korea Selatan ini merupakan gabungan antara beberapa bentuk maskulinitas, seperti yang dapat dilihat dari aksi panggung mereka dan juga aksi mereka di *reality show* di televisi. Beberapa menampilkan lagu dengan lirik dan konsep maskulinitas tangguh, atau menampilkan aksi panggung yang *manly* dengan menampilkan kejantanan dan memamerkan tubuh mereka yang berotot, namun di sisi lain juga dapat bertingkah imut atau kekanak – kanaan, dan bahkan keperempuanan ketika sedang tampil dalam sebuah *reality show*. Dengan cara ini, idola K-pop pria jauh dari pria macho yang diidolakan masyarakat Barat, dimana mereka berada di garis tipis antara tampak lebih feminin dan mudah didekati di luar, sementara memancarkan kualitas "pria jantan" secara stereotip dari dalam dan artis pria K-pop tidak hanya harus

melakukan gerakan tarian yang sempurna, gaya rap yang lancar, atau vokal yang kuat, tapi juga harus menyempurnakan *gender performance* (Sooyoung Kim, 2013).

Laki – laki dalam grup K-pop kerap kali menampilkan maskulinitas lain yang berbeda dengan maskulinitas normatif yang selama ini dipegang oleh masyarakat global. Terkadang mereka menampilkan citra yang feminin dengan menarikan tarian grup perempuan atau bertingkah *aegyo* (bertingkah imut seperti anak – anak). Secara fisik pun mereka memiliki standar yang berbeda, yaitu mengusung *pretty face* yang sarat dengan aspek feminin, tetapi juga memiliki badan yang tinggi besar dan berotot serta sangat memperhatikan penampilan mereka. Hal ini tentu saja merupakan hal baru jika dibandingkan dengan konsep maskulinitas yang telah ada sebelumnya, dimana gender yang ada memiliki batasan yang jelas. K-pop mengkonstruksi maskulinitas hibrida yang dimiliki oleh boyband K-pop. Penggabungan maskulinitas inilah yang

digaungkan mampu membuat Kpop terutama boyband dapat meraih popularitas tidak hanya di Korea Selatan, melainkan juga di negara – negara lain.

Menurut Bridges dan Pascoe (dalam Pilcher dan Whelehan, 2017: 93), *hybrid masculinity* mengkonseptualisasikan penggabungan selektif oleh pria dari identitas dan elemen *performance* yang terkait dengan maskulinitas yang terpinggirkan dan subordinasi (termasuk maskulinitas gay) dan feminitas. Konstruksi *hybrid masculinity* ini sendiri dapat terlihat dalam penayangan *survival reality show Produce 101 Season 2*. Acara ini mengkonstruksi maskulinitas secara berbeda, yaitu *hybrid masculinity* atau maskulinitas hibrida, konsep yang cukup berbeda dari maskulinitas dominan yang sering diusung oleh masyarakat dan juga media massa, dengan tidak sepenuhnya lepas dari konsep maskulinitas dominan yang sudah melekat pada masyarakat.

Di Indonesia sendiri, acara *Produce 101 Season 2* ini juga menjadi tenar dan

mampu menarik hati para penggemar *Hallyu* Indonesia. Banyak bermunculan beragam *fanbase* dan akun di media sosial yang mendedikasikan akun mereka untuk menjadi wadah penggemar acara *Produce 101 Season 2* di Indonesia dan memberikan berita terbaru terkait acara ini dan juga para kontesannya bagi para penggemar Indonesia. Tidak hanya mengundang jumlah penggemar yang besar di media sosial saja, penggemar Indonesia banyak menyalurkan dan mengekspresikan kegemaran dan ketertarikan mereka terhadap acara *Produce 101 Season 2* dengan cara mengunggah beragam video di situs Youtube dengan konten *Produce 101 Season 2*, bahkan acara *fan meeting* dari para pemenang acara *Produce 101 Season 2* yang digelar di Indonesia dengan tajuk “*Wanna One 1st Fanmeeting in Jakarta: Wanna Be Loved*” pada 21 Januari 2018 sukses mengundang ribuan penonton Indonesia.

Melihat populernya acara ini di kalangan masyarakat Indonesia,

kemungkinan akan berdampak pada adanya pergeseran pemaknaan mengenai maskulinitas. Budaya dan karakteristik sebuah masyarakat sangat menentukan bagaimana masyarakat tersebut melakukan pemaknaan terhadap maskulinitas. Latar belakang budaya dan juga karakteristik masyarakat dari tiap negara tentunya berbeda, namun *Produce 101 Season 2* yang mengkonstruksi *konsep hybrid masculinity* nyatanya juga dikonsumsi dan ditonton oleh masyarakat yang ada di Indonesia, yang tentunya memiliki latar belakang dan juga karakteristik masyarakat yang berbeda.

Adanya maskulinitas yang berbeda yang digambarkan dalam acara *Produce 101 Season 2* dan juga perbedaan konstruksi maskulinitas dalam masyarakat yang berbeda inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai konstruksi *hybrid masculinity* dalam acara ini dan bagaimana khalayak Indonesia yang memiliki latar belakang yang berbeda memaknai konsep

maskulinitas yang ditampilkan dalam acara *Produce 101 Season 2* ini.

Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah melihat pemaknaan khalayak Indonesia terhadap konstruksi *hybrid masculinity* dalam acara *Produce 101 Season 2*.

Kerangka Teori

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Konsep konstruksionisme merupakan gagasan yang diperkenalkan oleh Peter L. Berger. Bagi Berger, realitas itu dibentuk dan dikonstruksi, dan berwajah ganda/plural (Eriyanto, 2002 : 15). Orang dapat mengkonstruksi realitas secara berbeda, berdasarkan latar belakang pengalaman dan lingkungan masing – masing. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu (Eriyanto, 2002 : 19).

Menurut Berger, manusia merupakan instrumen dalam menciptakan

realitas sosial yang objektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana ia mempengaruhinya melalui proses internalisasi yang mencerminkan realitas subjektif (dalam Eriyanto, 2002 : 13). Paradigma ini fokus kepada produksi dan juga pertukaran makna, dan bagaimana sebuah realitas itu dikonstruksi.

Hybrid Masculinity

Menurut Bridges dan Pascoe (dalam Pilcher dan Whelehan, 2017: 93), *hybrid masculinity* mengkonseptualisasikan penggabungan selektif oleh pria dari identitas dan elemen *performance* yang terkait dengan maskulinitas yang terpinggirkan dan subordinasi (termasuk maskulinitas gay) dan feminitas.

Konsep *hybrid masculinity* itu tentu merupakan konsep baru yang dapat memberikan sudut pandang tentang bagaimana melihat maskulinitas dari sisi lain. *Hybrid masculinity* ini terutama sangat terlihat dalam K-pop melalui boyband yang

menggunakan konsep *hybrid masculinity* ini sebagai bagian dari identitas mereka.

Sun Jung mendefinisikan beberapa bentuk *hybrid masculinity* yang ditampilkan oleh para bintang *Hallyu*. Beberapa dari bentuk *hybrid masculinity* tersebut adalah *localized global/regional masculinity* dan *manufactured versatile masculinity*.

- *localized global/regional masculinity*

Menurut Jung dalam Bae Yong-joon, *Hybrid Masculinity & the Counter-coeval Desire of Japanese Female Fans* (2006), penggabungan ideal antara feminitas (*kkonminam*) dan maskulinitas (*momjjang*) bintang pria Korea mencerminkan cita rasa maskulinitas Korea dan Pan-Asia yang spesifik. Bentuk ideal *hybrid masculinity* ini menyiratkan lokalisasi maskulinitas global (*momjjang*) dan maskulinitas regional (*kkonminam*) (Jung, 2006). Penggabungan yang ideal ini dapat terlihat dari fisik seorang laki – laki

yang memiliki perpaduan antara wajah yang *kkonminam*, tetapi dengan bentuk tubuh yang *momjjang*.

- *Manufactured Versatile Masculinity*

Manufactured versatile masculinity sering direpresentasi oleh idol boyband Korea Selatan. *Manufactured versatile masculinity* berlapis-lapis, dicampur secara budaya, dalam waktu yang bersamaan kontradiktif, dan diproduksi secara strategis (Jung, 2011 : 165). Fitur maskulinitas berlapis ditunjukkan melalui penggunaan berbagai citra, gerak tubuh, dan suara. *Hybrid masculinity* ini telah dikonstruksi melalui penggunaan bentuk maskulin yang berbeda melalui saluran media yang berbeda termasuk program musik, *reality show*, dan acara permainan.

Theory of Gender Performativity

Theory of Gender Performativity atau teori performativitas gender adalah sebuah teori yang diusung oleh Judith Butler. Menurut Butler (dalam Fletcher,

2008 : 76) performativitas bukan hanya tentang tindakan berbicara, tapi juga tentang tindakan fisik. Gender pada dasarnya adalah tidak stabil dan dapat berubah – ubah, dan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan secara repetitif atau berulang. Gender dikonstruksi secara budaya dan melalui pengulangan – pengulangan dari *performance* (pertunjukkan) dari suatu gender tertentu, dan dari pengulangan tersebut, terbentuk gender yang esensial dan alami. Ini berarti, maskulinitas juga bukanlah sesuatu yang sudah ditentukan secara biologis, seperti jenis kelamin, melainkan dibentuk melalui pengulangan dari *performance* atau pertunjukkan.

Analisis Resepsi Khalayak

Penelitian ini menggunakan studi semiotika denotasi konotasi dari Roland Barthes untuk mengetahui makna dominan yang disampaikan oleh media. Selanjutnya, makna dominan ini dilihat pemaknaan atau resepsinya oleh khalayak. Selama ini media massa digambarkan memiliki kekuatan

untuk mempengaruhi khalayaknya dan khalayak tidak berdaya atau pasif. Namun, sebenarnya khalayak mampu berpikir kritis dan selektif menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya.

Teori khalayak aktif tidak berusaha memahami apa yang media lakukan terhadap orang-orang, namun lebih fokus pada menilai apa yang dilakukan orang dengan media (Baran dan Davis, 2009: 229). Konsep khalayak aktif ini kemudian mengacu pada teori analisis resepsi. Studi resepsi atau analisis resepsi adalah teori yang berpusat pada khalayak yang berfokus pada bagaimana berbagai jenis anggota khalayak memahami bentuk konten tertentu (Baran dan Davis, 2009:244).

Stuart Hall mengembangkan sebuah model encoding/decoding untuk menjelaskan bagaimana pesan media diproduksi, disebarluaskan, dan diinterpretasikan/dimaknai. Pengkodean (decoding) adalah kemampuan khalayak untuk menerima pesan dan membandingkannya dengan makna yang

telah tersimpan di dalam benak mereka (West dan Turner, 2008 : 73). Proses pengkodean ini juga terjadi di dalam media dan Stuart Hall (dalam West dan Turner, 2008 : 73) membagi tiga sudut pandang atau posisi mengenai bagaimana khalayak melakukan pengkodean terhadap pesan yaitu pemaknaan yaitu posisi dominan-hegemonis, ternegosiasi, dan oppositional.

II. PEMBAHASAN

Konstruksi *hybrid masculinity* dilihat dari 3 elemen yaitu elemen penampilan fisik, elemen upaya mencapai penampilan fisik, dan juga citra yang ditampilkan. Makna dominan yang disampaikan oleh acara *Produce 101 Season 2* adalah bahwa laki – laki yang memiliki wajah *kkonminam*, tubuh berotot, berbadan tinggi, dan memiliki penggabungan antara wajah *kkonminam* dan tubuh berotot merupakan laki – laki yang ideal, dan laki – laki harus berolahraga untuk mendapatkan bentuk tubuh yang baik, mencukur janggut yang dimiliki, serta

menggunakan masker wajah dan *make up* bukanlah sesuatu yang aneh lagi bagi laki – laki untuk mencapai penampilan fisik yang dianggap ideal dan sempurna. Laki – laki yang menampilkan citra *girly* melalui tarian grup perempuan dan bertingkah imut seperti anak – anak sekaligus dapat menampilkan citra *manly* juga dianggap sebagai yang ideal.

Setelah dilakukan wawancara dengan para informan, didapatkan bahwa karakteristik laki – laki yang dianggap sebagai maskulin dan ideal oleh para informan yaitu memiliki bentuk rahang yang tegas, berbadan tegap, tidak memiliki gaya rambut yang berlebihan, dan juga menjaga penampilannya. Selain itu, seorang laki – laki juga harus memiliki pembawaan yang tenang dan tidak berlebihan, serta menghormati perempuan. Pemaknaan tersebut dihasilkan dari latar belakang sosial-budaya dan pengalaman pribadi masing – masing informan.

Makna-makna dominan yang muncul dalam acara *Produce 101 Season 2*

yang merupakan konstruksi dari bentuk *hybrid masculinity* sebagai maskulinitas yang dianggap ideal dan diidamkan dalam tayangannya memiliki beberapa elemen yang cukup asing dan berbeda bagi masyarakat Indonesia, dilihat dari bagaimana para informan menyebutkan karakteristik maskulinitas ideal mereka yang berbeda dengan karakteristik dari *hybrid masculinity* dalam wawancara mendalam.

Terdapat keberagaman pemaknaan terhadap konstruksi *hybrid masculinity* dalam acara *Produce 101 Season 2*, dengan kecenderungan berada pada posisi dominan. Elemen yang paling banyak dimaknai dominan adalah elemen penampilan fisik yang dilihat dari bentuk tubuh berotot, badan yang tinggi dan keseluruhan penggabungan wajah *kkonminam* dengan tubuh berotot, dan elemen upaya mencapai penampilan fisik melalui olahraga, penggunaan masker wajah dan bercukur janggut. Selain itu, elemen yang paling banyak dimaknai secara negosiasi adalah

elemen penampilan fisik yang dilihat dari tipe wajah *kkonminam*, elemen upaya mencapai penampilan fisik melalui penggunaan make up, dan elemen citra yang ditampilkan melalui gerak tubuh menarikan tarian grup perempuan. Sedangkan elemen citra yang ditampilkan melalui ekspresi dan suara yang merupakan penggabungan citra *aegyo* dan *manly* memiliki pemaknaan yang imbang antara posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Pemaknaan – pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti perbedaan latar belakang, lingkungan sosial, pengalaman pribadi, dan juga pengetahuan yang dimiliki oleh masing – masing informan.

III. KESIMPULAN

Para informan yang merupakan masyarakat Indonesia yang masih asing dengan *hybrid masculinity* mampu memaknai konstruksi *hybrid masculinity* dalam pemaknaan yang beragam, mulai dari memiliki pemaknaan yang sama dengan makna dominan dan juga

menyetujuinya, maupun memiliki pemaknaan yang sama dengan makna dominan namun masih memiliki penyesuaian atau pengecualian yang disesuaikan dengan kondisi masing – masing informan.. Ini berarti, khalayak Indonesia sudah mampu menegosiasi dan bahkan menerima bentuk maskulinitas baru, mengingat masyarakat Indonesia juga memiliki standar maskulinitasnya sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J. dan Davis, Dennis K. (2009). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future Theory* 5th Edition. Boston : Wadsworth Cengage Learning.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Lkis
- Pilcher, Jane dan Whelehan, Imelda. (2017). *Key Concept in Gender Studies* 2nd Edition. London : SAGE Publications
- Widyatama, Rendra. (2006). *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Jung, Sun. (2006). “Bae Yong-Joon, Hybrid Masculinity & the Counter-coeval Desire of Japanese Female Fans” dalam http://www.participations.org/volume%203/issue%202%20-%20special/3_02_jung.htm
- Jung, Sun. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-pop idols*. Hongkong : Hongkong University Press
- Kim, Sooyoung. (2013). “Men in K-Pop: From Flower Boys to Beast-dols” dalam ”http://www.thecrimson.com/column/k-popgeneration/article/2013/10/22/Kpop_Men_Gender_Roles_Soy/
- Fletcher, Lisa. (2016). *Historical Romance Fiction: Heterosexuality and Performativity*. New York : Routledge
- West, Richard dan Turner, Lynn H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi, Edisi 3: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.