

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media dan komunikasi merupakan elemen penting dalam kehidupan saat ini dimana *gender* dan seksualitas menjadi inti bagaimana seseorang memikirkan identitasnya. Media menampilkan gambaran tentang laki-laki dan perempuan, serta pesan mengenai laki-laki, perempuan, dan seksualitas (Gauntlett, 2008). Hal ini mempengaruhi individu dalam menentukan identitas mereka.

Pada masyarakat modern saat ini, orang-orang biasanya mengonsumsi media dalam berbagai bentuk seperti televisi, majalah, internet, dan lain sebagainya. Mereka umumnya tidak bisa menghindari kultur populer dan iklan. Hal ini disampaikan oleh David Gauntlett dalam buku *Media, Gender, and Identity: An Introduction*, dikemukakan bahwa media membantu laki-laki dan perempuan dalam memproyeksi situasi dan hubungan dengan perspektif orang lain. Contohnya drama romantis menunjukkan bagaimana caranya berinteraksi dengan tetangga, teman, ataupun kekasih sehingga memberikan referensi bagaimana seseorang dapat bersikap di hubungan sosial mereka (Gauntlett, 2008).

Media memiliki relevansi dalam perubahan sikap pada seksualitas. Menurut Brian McNair dalam bukunya *Striptease Culture*, menunjukan bagaimana jenis kelamin dan seksualitas direpresentasikan secara luas pada kultur populer dan menciptakan kasus dimana kultur populer menggeser tradisi dan mengubah masyarakat (McNair, 2002). Seperti ketika media memperkenalkan ke audiens tentang karakter gay atau lesbian, toleransi akan terbentuk di masyarakat. Begitu pula dengan pemahaman konsep jenis kelamin dan *gender* yang dapat beralih di masyarakat.

Konsep *gender* yang beredar di masyarakat berawal dari tahun 1970-an. *Gender* digunakan sebagai kategori analitis untuk memisahkan perbedaan biologis jenis kelamin dan cara ini digunakan sebagai informasi perilaku dan

kompetensi seseorang yang nantinya menentukan sifat ‘maskulin’ atau ‘feminin’. Rhoda Unger (dalam Branon, 2017:9) mengemukakan istilah *gender* yang mendeskripsikan sifat dan perilaku laki-laki dan perempuan yang dianggap sesuai dengan budaya.

Menurut Linda L. Lindsey, *gender* merujuk pada sosial, kultural, dan sifat psikologikal yang terhubung ke laki-laki dan perempuan melalui konteks sosial tertentu. Sedangkan menurut Harriet Bradley, *gender* merujuk pada variasi dan susunan kompleks antara laki-laki dan perempuan, meliputi pengorganisasian reproduksi, pembagian kerja yang didasari seksualitas, dan definisi kultural mengenai feminitas dan maskulinitas (Bradley, 2013).

Berdasarkan berbagai definisi tersebut dapat dipahami bahwa *gender* merupakan karakteristik laki-laki dan perempuan yang mengacu pada sosial, kultural, dan sifat psikologis melalui konteks sosial tertentu. Dalam sosiologi, *gender* dianggap sebagai institusi sosial yang dapat menyusun kehidupan sosial, membentuk peran sosial, dan membentuk nilai dan identitas seseorang.

Gender merupakan struktur sosial yang memiliki pengaruh penting untuk memperoleh ‘status’ dalam interaksi sosial. Status dikategorikan dan disusun oleh masyarakat untuk membentuk sistem stratifikasi sosial. Setiap status dikaitkan dengan peran yang diekspetasikan oleh norma sosial. Norma sosial ini menentukan *privileges* dan pertanggung jawaban status seseorang. Norma sosial juga menentukan peran *gender* yang ada di masyarakat.

Peran *gender* diyakini sebagai sebuah kegiatan dimana laki-laki dan perempuan terlibat dengan suatu hal dengan kekerapan yang berbeda. Peran ini memiliki bagian masing-masing bagi seseorang baik itu laki-laki atau perempuan. Menurut Linda Brannon peran *gender* adalah rangkaian aktivitas social yang relevan pada laki-laki atau perempuan (Amelia, 2013). Stereotip mengenai peran *gender* sering dikaitkan dengan konsep maskulinitas dan feminitas. Kehadiran stereotip ini disebabkan karena adanya ideologi patriarki yang ada di masyarakat.

Patriarki sendiri merupakan sistem sosial yang didefinisikan dengan elemen dominasi laki-laki, identitas laki-laki, dan karakter yang berpusat oleh

laki-laki. Kultur patriarki meliputi gagasan tentang sesuatu meliputi laki-laki, perempuan, dan kemanusiaan, dengan kelelakian dan maskulinitas diasosiasikan dengan menjadi manusia sedangkan kewanitaan dan feminitas diturunkan ke posisi marjinal lainnya. Semua tentang meninggikan nilai maskulin dan kelelakian dan menurunkan nilai feminim dan kewanitaan (Allan G Johnson, 1997).

Maskulinitas adalah hasil konstruksi masyarakat yang disebabkan oleh budaya. Maskulinitas dianggap sebagai sifat laki-laki dengan karakteristik seperti kuat, keras, cerdas, dan rasional. Konsep dari maskulinitas sendiri berbeda-beda bergantung pada kebudayaan yang ada di suatu masyarakat. Ketika laki-laki lahir dalam sebuah masyarakat, secara otomatis aturan dan atribut budaya masyarakat tersebut akan terbentuk di dalam dirinya. Norma kebudayaan yang terjadi setiap harinya selama bertahun-tahun akan membentuk sebuah visualisasi diri pada seorang laki-laki. Visualisasi diri tersebut diwariskan sehingga dianggap sebagai sebuah kewajiban apabila ingin dikategorikan sebagai laki-laki sejati (Demartoto, 2007).

Maskulinitas dianggap sebagai sebuah konsep yang dipengaruhi kebudayaan menurut masyarakat Barat. Menurut mereka, maskulinitas berhubungan dengan konsep industrialisasi, kekuatan militer, dan peran sosial *gender* yang konvensional. Laki-laki dianggap harus tangguh secara fisik, cerdas, bergelora dalam hal seksual, logis, individualis, cenderung membimbing, dan sifat-sifat jantan lain. Konsep tersebut diharapkan akan menumbuhkan laki-laki maskulin baru dalam sebuah keluarga sebagai sebuah generasi yang seakan-akan dimiliki secara genetik (Demartoto, 2007).

Maskulinitas bukanlah karakteristik milik laki-laki saja. Adanya maskulinitas perempuan merujuk pada ragam dari maskulinitas yang ditimbulkan oleh identitas dan identifikasi. Judith Halberstam mengemukakan bahwa maskulinitas perempuan tidak merujuk pada maskulinitas tanpa laki-laki saja, melainkan dengan menggabungkan pemikiran untuk mengubah pemikiran orang mengenai maskulinitas. Maskulinitas perempuan umumnya diterima oleh budaya hetero dan homo normatif sebagai tanda patologis dari kesalahan identifikasi dan penerimaan, dimana muncul keinginan untuk

menggunakan dan memiliki kekuatan yang ada diluar jangkauan mereka (Halberstam & Halberstam Jack, 1998).

Maskulinitas memiliki konsep yang kompleks dan dapat berubah. Menurut Peter Lehman hal ini dikarenakan konsep maskulin dan feminim memiliki keterkaitan dengan waktu dan budaya (Lehman Peter, 2001). Diperlukan teks budaya untuk memahami konsep maskulinitas. Teks budaya mengandung nilai-nilai budaya yang dibangun dalam masyarakat sehingga dapat membentuk sebuah identitas/kepribadian budaya. Peter Lehman menyatakan bahwa terdapat beberapa elemen yang berkaitan dengan maskulinitas yaitu *power* (kekuatan), *courage* (keberanian), *heroism* (kepahlawanan), dan *leadership* (kepemimpinan). Kekuatan merupakan aspek di maskulinitas yang digunakan untuk orang lain baik itu lawan jenis atau ras lain. Keberanian merupakan upaya untuk menghilangkan rasa takut, rasa sakit, resiko atau bahaya, ketidakpastian, dan intimidasi yang digambarkan dengan keberanian fisik juga psikis. Kepahlawanan adalah elemen yang memiliki keterkaitan dengan keberanian, dimana seseorang memiliki keberanian yang tidak dimiliki oleh orang lain dan menggunakannya untuk kebaikan. Kepemimpinan merupakan kemampuan untuk mempengaruhi perilaku seseorang untuk mencapai tujuan bersama.

Kembali dalam pembahasan *gender*, Korea Selatan merupakan salah satu negara yang memiliki permasalahan terkait pada peran *gender* dan juga budaya patriarki. Kemunculan sifat-sifat yang mengagungkan sifat maskulin atau dapat disebut *toxic masculinity* di Korea Selatan menimbulkan kasus-kasus yang dapat dilihat berupa aksi demonstrasi atau disampaikan melalui media massa seperti film dan musik video. Terdapat fenomena gerakan anti feminisme di Korea Selatan yang berkembang dari pria muda penganut paham misogin. Perempuan dianggap tidak layak menempati posisi yang seharusnya didominasi pria dan adanya paham misogini menjadi bentuk kebencian terhadap perempuan. Salah satu gerakan anti-feminisme yang sempat muncul adalah kelompok Dang Dang We yang bertujuan untuk menegakkan keadilan bagi laki-laki. Dilansir dari tirto.id, kelompok ini didirikan setelah adanya kasus seorang pengusaha laki-laki dijatuhi hukuman penjara setelah

menyentuh pantat seorang perempuan di restoran pada tahun 2018. Kasus ini sempat ramai dibicarakan karena pembuktian bahwa seseorang dapat divonis penjara hanya berdasarkan pengakuan korban saja (Kinasih, 2022).

Sedangkan pada media, *toxic masculinity* digambarkan dalam salah satu drama korea (drakor) berjudul *Strangers Again* yang menceritakan sepasang mantan suami-istri, Oh Hara dan Gu Eunbom, yang berprofesi sebagai pengacara menangani berbagai kasus seperti kasus perceraian. Pada episode 2, mereka menangani kasus perceraian akibat masalah reproduksi sang suami. Sang istri mengira suaminya tidak mau berhubungan karena perasaan rendah diri karena sang istri berpenghasilan lebih tinggi dari suaminya. Rekan Oh Hara, Kang Bicwi mengatakan hal tersebut tidak masuk akal karena finansial baik justru membantu kondisi satu sama lain. Rekannya yang lain, Kwon Siwook, menjelaskan berdasarkan sudut pandang laki-laki dengan latar belakang budaya Korea Selatan yang masih patriarki. Laki-laki dianggap memiliki ego yang tinggi untuk melindungi perempuan yang dicintai mereka. Sehingga ketika istri lebih sukses dibandingkan laki-laki membuat rasa rendah diri dan menjadi beban bagi sang suami agar lebih baik dari istrinya. Kasus ini membuat sang suami stress hingga mengalami kerontokan rambut yang akhirnya membuat sang suami menggunakan obat penumbuh rambut yang memberikan efek samping ke organ reproduksinya. Adanya kasus ini menunjukkan budaya patriarki yang memberikan beban kepada laki-laki. Adanya ego pada suami membuat kurangnya komunikasi sehingga hubungan suami-istri tersebut merenggang serta hal ini juga mempengaruhi mental sang istri karena menganggap dirinya tidak diinginkan suaminya (Muji Lestari, 2023).

Peran *gender* di Korea Selatan dipengaruhi oleh ajaran konfusianisme. Ajaran ini berpusat pada idealitas seputar kebajikan batin, moralitas, dan rasa hormat untuk komunitas (masyarakat) dan nilai-nilai yang ada. Secara tradisional perempuan memiliki peran yang terbatas secara domestik dan perempuan muda diajarkan untuk menjadi istri dan ibu yang baik. Kemudian pada tahun 1948, perempuan Korea Selatan meraih hak konstitusional dalam memperjuangkan kesetaraan untuk mendapatkan

pendidikan publik serta bekerja diluar ranah domestik. Peran tradisional perempuan mulai berkurang dan saat ini masyarakat Korea Selatan tidak didominasi ajaran konfusius seperti di masa lalu, akan tetapi tradisi yang ada masih lazim. Perempuan dapat bekerja di aspek lain seperti pendidikan, kesehatan, arsitek, dan lain sebagainya. Akan tetapi perempuan Korea Selatan masih memiliki kesulitan lain yaitu mengurus anak. Ibu yang bekerja sering menanggung dua hingga tiga kali tanggung jawab yaitu pekerjaan, domestik, dan anak. Karena masih ada laki-laki yang tidak ikut membantu dalam urusan rumah tangga atau anak (Lowe-Lee, 2011).

Kemaskulinitasan di Korea Selatan juga dipengaruhi oleh ajaran konfusianisme. Moon Seung-Sook dalam Sun Jung menggunakan istilah “maskulinitas hegemonik” sebagai rujukan dominasi praktik maskulinitas dalam konteks lokal Korea Selatan yaitu tradisi Konfusius, militerisasi, dan industrialisasi terkompresi. Ketiga komponen tersebut merupakan servis militer (maskulinitas militer), menjaga jarak dari aktifitas harian domestik (pekerjaan rumah dan menjaga anak), dan menjadi tulang punggung keluarga (Moon dalam (Jeong, 2022)). Kemiliteran mempengaruhi konstruksi maskulinitas dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat.

Terdapat tiga stereotip utama maskulinitas yang digambarkan di Korea Selatan yaitu otoritas patriarki, *seonbi (wen)*, dan kasar. Pertama, hegemoni maskulinitas di Korea Selatan mewujudkan otorisasi patriarki dengan menempatkan laki-laki (secara tradisional) sebagai kepala keluarga dan pencari nafkah. Sejarahnya saat rumah tangga *yangban* (aristokrat di Dinasti Joseon) menempatkan perempuan di ruang interior sedangkan wilayah laki-laki di ruang eksterior seperti studio pelajar. Pembagian ruang ini didasari ideologi patriarki Konfusius dan menciptakan pembagian kerja berdasarkan jenis kelamin. Laki-laki bekerja di luar rumah dan perempuan menjadi istri rumah tangga (Sung Jung, 2011).

Kemudian patriarki Konfusius beralih menjadi patriarki industrialisasi modern. Ranah ini membuat kemampuan laki-laki untuk menafkahi keluarga menjadi material dasar otoritas laki-laki sebagai ayah dan suami. Moon menjelaskan bahwa ide dan praktik yang menegaskan laki-laki

sebagai pihak yang menafkahi keluarga membuat validasi otoritas dan dominasi laki-laki di Korea Selatan sehingga kekuasaan yang didapatkan laki-laki menjadi indikator utama kelaki-lakian mereka (Sung Jung, 2011).

Moon beragumen bahwa otoritas patriarki di Korea Selatan diperkuat oleh industri kapitalis dan didukung oleh Kim Eun-Shil yang membahas hubungan antara otoritas patriarki dengan pertumbuhan model ekonomi pada era modernisasi di Korea Selatan pada artikelnya (Sung Jung, 2011). Beliau beragumen pada era modernisasi, Korea Selatan membangun struktur nilai baru yang didasari oleh binari *gender* seperti maskulin/feminin, materi/spiritual, modern/tradisional, dan Barat/Timur. Kim mengamati bahwa modernisasi Korea Selatan sering dianggap sebagai proses produksi, rasionalisasi dan kontrol yang dianggap sebagai bagian dari ranah maskulin. Dinamika modernisasi kebarat-baratan dan produksi yang digerakkan oleh struktur industri di Korea Selatan diinisiasi dan dikontrol oleh pria karena patriarki tradisional. Hal ini mengabaikan kemampuan produktifitas perempuan Korea Selatan dan mendorong mereka ke arah ranah domestik dan bawahan.

Selanjutnya Moon Seung-Sook berpendapat bahwa pemisahan laki-laki dari pekerjaan domestik harian merupakan elemen lain dari hegemoni maskulin. Pemisahan ini merupakan tuntutan dari pria sebagai pencari nafkah. Masyarakat membutuhkan laki-laki untuk meninggalkan ranah domestik dan mencari nafkah sedangkan perempuan dibutuhkan untuk mengerjakan pekerjaan domestik seperti mencuci, bersih-bersih, dan merawat anak, melakukan aktifitas domestik dianggap sebagai tidak jantan. Moon menganalisa model maskulin *seonbi* pada Dinasti Joseon (1392-1910) untuk menjelaskan relasi maskulinitas dengan tuntutan menjaga jarak dengan pekerjaan domestik. *Seonbi* merupakan istilah pelajar Konfusius yang mempelajari literatur Konfusius untuk mendapatkan “kebijaksanaan” (*wen*) (Sung Jung, 2011). Selama periode belajar, *seonbi* tidak seharusnya merendahkan dirinya dengan mengerjakan pekerjaan fisik atau aktivitas ekonomi. Maskulinitas ini mengedepankan pencapaian mental dibandingkan pekerjaan fisik. Laki-laki diminta untuk meninggalkan pekerjaan domestik

yang sebenarnya tidak bisa ditinggalkan untuk pemeliharaan di masyarakat namun didevaluasi dan dikerjakan mayoritas oleh perempuan. Meskipun terdapat aspek seksisme, maskulinitas *seonbi* masih dianggap sebagai model ideal maskulinitas Korea oleh beberapa pelajar karena telah merepresentasi kebajikan tradisional seperti kesopanan, integritas, kesetiaan, loyalitas dan pencapaian kultural-sarjana (oleh Geum dalam Sun Jung).

Kemudian Moon Seung-Sook juga berpendapat bahwa wajib militer merupakan elemen lain dari hegemoni maskulinitas dalam konteks konfrontasi militer antara Korea Utara dengan Korea Selatan (Sung Jung, 2011). Secara historikal, militer memang ranah eksklusif untuk laki-laki. Di Korea khususnya karena kondisi politik nasional dimana terbaginya negara menjadi Utara dan Selatan, wajib militer membuat laki-laki mengalami kesulitan fisik secara ekstrim dan disiplin dalam sistem hierarki yang ketat.

Seiring berkembangnya zaman, Korea Selatan memiliki *image* baru maskulinitas yaitu *kkonminam* atau laki-laki yang seperti bunga (*flower-like men*). *Kkonminam* ini menggambarkan sosok *soft masculinity* yang mulai muncul pada tahun 1990-an di Korea Selatan serta memiliki perangai yang berbeda dengan hegemoni representasi maskulinitas media yang menampilkan *hypermasculinities*. Maskulinitas ini diketahui sebagai sifat yang kasar, tidak merawat diri, dan tidak dapat diandalkan pada hubungan laki-laki dan perempuan. Laki-laki *kkonminam* populer pada drama dan komedi romantis yang digambarkan sebagai orang yang perhatian, sensitif, dan berani mengekspresikan perasaan mereka jika dibutuhkan. Mereka berpakaian rapi dan menarik, memakai aksesoris laki-laki terbaru, dan sangat memperhatikan penampilan mereka. Mereka berpenampilan muda namun tidak menggunakan kosmetik atau operasi apapun untuk mempertahankan penampilan mereka. Selain itu, laki-laki *kkonminam* juga tidak menolak untuk memamerkan tubuh berotot mereka jika ada kesempatan (Elfvig-Hwang, 2011).

89	Armenia	0.698		+0.025
90	Romania	0.698		-0.002
91	Togo	0.697		+0.014
92	Indonesia	0.697		+0.009
93	Cyprus	0.696		-0.011
94	Brazil	0.696		+0.001
95	Belize	0.695		-0.004
96	Nepal	0.692		+0.01
97	Cameroon	0.692		0.000
98	Cambodia	0.690		+0.006
99	Korea, Republic of	0.689		+0.002
100	Greece	0.689		0.000

Gambar 1.1 The Global Gender Gap Index 2022 Rankings

Sumber : *Global Gender Gap Report 2022, World Economic Forum*

Meskipun konsep maskulinitas di Korea Selatan telah beralih. Nyatanya dalam *survey* kesetaraan *gender*, Korea Selatan berada di urutan bawah dibandingkan negara demokratis lainnya. Berdasarkan data dari *Global Gender Gap Report 2022 (Gambar 1.1)* yang diterbitkan World Economic Forum, Korea Selatan menempati urutan ke-99 dari 146 negara dalam peringkat ketimpangan *gender* (Zahidi, 2022). Korea Selatan mendapatkan skor indeks sebesar 0,689 poin dengan perhitungan skor sama dengan 1 (satu) sebagai setara dan kurang dari 1 (satu) sebagai tidak setara. Peringkat ini tentunya terlihat jauh dibandingkan negara maju lain yang mayoritas berada pada urutan 30 keatas, bahkan kalah dengan negara-negara berkembang seperti Indonesia (92), Kamerun (97), dan Kamboja (98). Terdapat faktor penghambat kesetaraan *gender* di Korea Selatan, salah satunya adalah faktor kultural dan struktural yang cenderung menganut ajaran patriarki.

Alasan lain yang menjadi penyebab masih adanya ketimpangan *gender* di Korea Selatan sendiri adalah adanya pemerintahan konservatif yang dibawah oleh presiden Korea Selatan ke-13 Yoon Seok-yeol. Yoon memenangkan pemilihan presiden pada tahun 2022 dengan berpihak secara terbuka pada misoginis di Korea Selatan, yaitu laki-laki yang cemas akan kalah dari perempuan serta Yoon memanfaatkan reaksi anti-feminis yang meningkat di Korea Selatan. Laki-laki di Korea Selatan banyak yang beranggapan bahwa gerakan feminis merupakan ‘gerakan anti laki-laki’ sehingga banyak laki-laki yang memandang gerakan feminis ‘membahayakan’ mereka (Jung, 2023).

Kemudian pemerintahan Yoon membuat topik kesetaraan *gender* menjadi tabu di kehidupan publik Korea Selatan. Hak-hak perempuan terutama di tempat kerja menjadi lebih buruk sebelum masa kepresidenan Yoon. Konsep kesetaraan gender serta hak perempuan dalam konteks lokal diubah dengan tujuan “untuk keluarga” atau “anak” sehingga konteks tersebut difokuskan pada kemampuan reproduksi perempuan dan peran mengurus anak. Perempuan Korea Selatan mendapatkan tekanan untuk meninggalkan karir setelah melahirkan dan masih dituntut melakukan pekerjaan domestik meskipun telah bekerja. Kemudian kejahatan seksual kepada perempuan yang difasilitasi teknologi pun marak terjadi dengan merekam perempuan dengan diam-diam. Hal-hal seperti ini tentunya sangat merugikan perempuan di Korea Selatan.

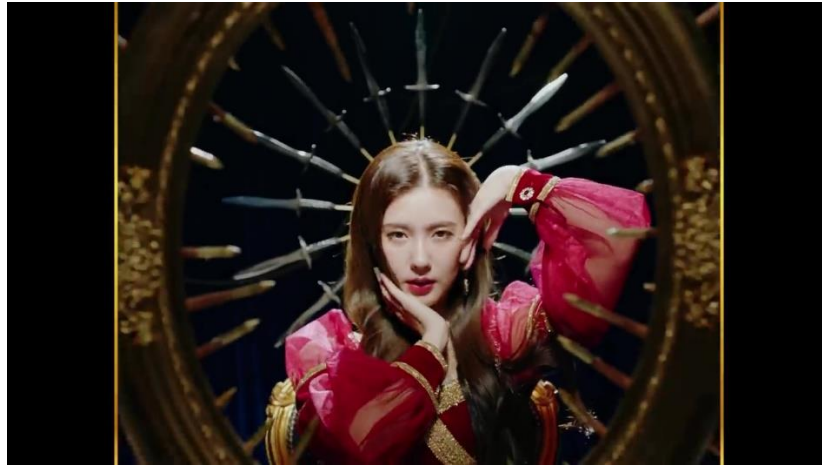
Perempuan Korea Selatan terus berusaha meraih hak-hak mereka dengan memunculkan gerakan aktivis feminisme yang bertujuan memperjuangkan hak perempuan Korea Selatan. Dilansir dari idntimes.com, gerakan 4B atau *The Four Nos* yang diinisiasi oleh Bonnie Lee merupakan gerakan untuk tidak berkencan, tidak berhubungan sex, tidak menikah, dan tidak mengasuh anak. Hal tersebut dianggap dapat merampas dan membatasi hak perempuan Korea Selatan (Zakiah, 2019). Selain menjalankan aksi, beberapa seniman Korea Selatan turut mengekspresikan dukungan mereka terhadap gerakan feminis melalui karya seperti film, musik, buku, dan lain sebagainya secara terbuka atau tersirat. Adanya perkembangan pada industri hiburan Korea Selatan yaitu Korean Wave (K-Wave) membuat budaya-budaya mereka dapat dikenal dengan luas hingga mancanegara. Salah satu bentuk dari K-Wave adalah Korean Pop atau K-Pop. Banyak musisi Korea Selatan yang menciptakan musik yang dikemas dalam bentuk musik video untuk mempromosikannya. Beberapa karya mereka memiliki pesan-pesan tertentu yang ingin disampaikan kepada audiens. Adanya musik video yang menjadi saluran media massa membuat karya musik mudah untuk tersebar.

Awalnya musik relatif mendapatkan sedikit perhatian sebagai media massa karena implikasinya di masyarakat kurang jelas dan tidak ada diskontinuitas dalam kemungkinan yang terdapat pada teknologi rekaman dan reproduksi/transmisi. Adanya perkembangan dimana radio keluarga menjadi

milik pribadi, membuat industri media massa saling terkait, menjadi kepemilikan dan terinternasionalisasi. Peningkatan pengunduhan dan *sharing* musik melalui internet telah menambah kekuatan musik sebagai media komunikasi. Musik telah berkembang menjadi media untuk menyampaikan idealisme, mengekspresikan aspirasi, dan lain sebagainya (McQuail, 2010).

Salah satu girl grup dari Korea Selatan yang juga menciptakan karya untuk melawan ketidaksetaraan *gender* yaitu (G)I-DLE. (G)-IDLE (*Hangeul* : (여자)아이들; Romaji : *Yeoja Aideul*; singkatan dari GIRL-I-DLE) telah merilis lagu yang berjudul “Lion” pada 3 November 2019 dan “TOMBOY” pada 14 Maret 2022 lalu. (G)I-DLE merupakan girl grup dari agensi *Cube Entertainment* yang terbentuk pada tahun 2018. Grup ini awalnya terdiri dari enam anggota, akan tetapi berubah menjadi lima anggota dikarenakan adanya personel yang hengkang pada Agustus tahun 2021.

Dalam musik video “Lion” mengisahkan martabat serta wibawa seorang perempuan sebagai seorang ratu yang diilustrasikan seperti seekor singa. Lagu ini mengisahkan perjuangan, ketekunan, dan luka yang didapatkan dalam memperoleh dan mempertahankan tahta. Konsep visual yang disajikan memiliki kesan yang garang dan kuat seperti seekor singa betina. Singa merupakan hewan yang secara tradisional melambangkan keberanian, kebangsawanan, dan kekuatan serta dianggap sebagai “raja hewan”. Hal ini didasari pada pandangan manusia sejak zaman *Palaeolithic* melihat singa sebagai hewan dengan bulunya yang kuning kecoklatan dan matanya yang bercahaya membuat orang terperdaya (Jackson, 2010). Dalam beberapa kebudayaan di Eropa, Asia, dan Afrika singa ditampilkan sebagai simbol kekuatan dan kekuasaan (Surya, 2021). Hal ini dikarenakan singa memiliki kuasa atas wilayahnya dan mengendalikan segala hal yang berada di kawasannya.



Gambar 1. 2 Potongan Klip Musik Video "Lion"

Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=6oanIo_2Z4Q

Mengusung konsep abad pertengahan, musik video ini menampilkan sosok ratu yang berkarisma dan kuat namun tetap terlihat elegan. Visual yang didominasi dengan warna merah dan emas cukup untuk mendeskripsikan kebangsawanan, kemewahan, dan keeleganan perempuan. Para member yang memakai aksesoris menyerupai cakar juga menegaskan pemaknaan seperti seekor singa. Oleh karena itu, musik video “Lion” menggambarkan kondisi dimana perempuan dapat berkuasa seperti laki-laki tanpa menghilangkan kesan feminimnya.

Selain itu, musik video “TOMBOY” menampilkan tentang perempuan yang memiliki sikap unik dan berani yang ditunjukkan di hadapan orang-orang. Dengan memberikan pesan ‘aku adalah aku’ serta perempuan yang tidak dibatasi oleh standar yang sudah ditetapkan. Video klip ini tidak semata-mata menceritakan dengan khas perempuan yang patah hati. (G)I-DLE menggambarkan tentang bagaimana mereka menjalankan kehidupannya tanpa dibayang-bayangi dengan sikap feminim. Dengan mengusung konsep *independent woman*, video klip ini memiliki kesan yang kuat dan berani menggunakan warna dominan merah dan hitam serta penggunaan properti yang memperkuat kesan perempuan *badass* dan garang. Lirik dalam lagu “TOMBOY” berisikan tentang pemaknaan perempuan tomboy dari (G)I-DLE.



Gambar 1. 3 Potongan Klip Musik Video "TOMBOY"

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=Jh4QFaPmdss>

Istilah *tomboy* sudah muncul pada abad 16 dimana mendefinisikan laki-laki pemabuk yang dipapah oleh perempuan. Pada abad 19, label negatif ditujukan untuk lawan jenis yang memiliki sifat kasar dan tidak sopan. Sedangkan di abad 20-an, *tomboy* merupakan label perempuan yang aktif secara fisik yang menyukai aktivitas fisik seperti laki-laki. Perempuan yang umumnya diharapkan berurusan dengan urusan domestik seperti memasak, bersih-bersih, dan menjahit, membuat perempuan yang menyukai olahraga. Perempuan *tomboy* tidak perlu menjadi laki-laki secara biologis, mereka hanya menginginkan kebebasan seperti laki-laki. Seiring dengan pubertas, perempuan *tomboy* diharapkan untuk tumbuh menjadi wanita yang anggun (Guerilla Girls, 2003).

Melalui lirik lagu dan musik video, (G)I-DLE menyampaikan makna dari musik video "Lion" dan "TOMBOY" sesuai dengan versi mereka sendiri. Penggunaan grafis serta tanda-tanda dalam lagu dan video klip merupakan tanda yang menggambarkan makna. Tanda yang terdapat pada musik video dapat disebut sebagai semiotik. Semiotik dianalisis dalam semiotika yang bertujuan untuk menemukan makna termasuk dari hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah teks. Menurut Littlejohn, tanda dalam semiotika merupakan dasar dari komunikasi (Littlejohn & Foss, 2011). Manusia

menggunakan perantara tanda-tanda untuk melakukan komunikasi dengan antar manusia lainnya sehingga terdapat hal yang bisa dikomunikasikan.

Menurut Charles S Pierce, tanda merupakan sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain bagi seseorang dalam beberapa hal atau kapasitas. Sebuah tanda memiliki relasi dengan sesuatu yang lain –yang disebut sebagai *interpretant*— dan objeknya. Sedangkan menurut Ferdinand De Saussure – yang terfokus pada semiotika linguistik—menganggap bahwa bahasa adalah sebuah sistem yang tersusun, bukan hanya melihat bahasa sebagai perilaku. Roland Barthes –yang mengkaji semiotika teks—mengemukakan semiotika yang memiliki konsep konotasi, denotasi, dan mitos. Tanda merupakan sistem yang terdiri dari ekspresi atau *signifier* dalam hubungannya dengan *content* atau *signified* (Wibowo, 2013).

Peneliti memilih musik video dari (G)I-DLE sebagai objek penelitian karena peneliti menemukan keunikan dari (G)I-DLE dalam menciptakan karya musik sebagai salah satu bentuk protes terhadap permasalahan *gender* yang ada di Korea Selatan. (G)I-DLE berupaya untuk menunjukkan konsep perempuan Korea Selatan yang berbeda yaitu dengan menunjukkan sikap maskulinitasnya dan tidak hanya terpaku pada konsep perempuan feminim saja. Konsep ini tentunya melawan persepsi masyarakat di Korea Selatan yang cenderung patriarki dimana perempuan berpenampilan feminim dan hanya berada di ranah domestik saja. Peneliti ingin mengetahui bagaimana konsep maskulinitas perempuan disampaikan melalui musik video tersebut. Selain itu, peneliti ingin mengetahui apakah konsep maskulinitas perempuan yang disampaikan (G)I-DLE terjebak di dalam maskulinitas laki-laki atau tidak.

Kemudian, peneliti menyadari bahwa penelitian mengenai maskulinitas perempuan di Korea Selatan masih belum banyak. Penelitian mengenai maskulinitas perempuan yang penulis temukan berjudul “Representasi Maskulinitas dan Feminitas pada Karakter Perempuan Kuat dalam Serial Drama Korea” yang ditulis oleh Eko Rizal Saputra dan Hapsari Dwiningtyas. Pada penelitian ini berfokus pada penggambaran maskulinitas pada karakter drama tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian

analisis wacana Sara Mills dengan mengkaji teks serial drama (Saputra et al., 2018). Peneliti juga menemukan penelitian berjudul “Representasi Maskulinitas Perempuan dalam Drama Korea My Name” milik Rafika Rahmah Hasanah dan Rr. Pramesthi Ratnaningtyas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian semiotik Roland Barthes dengan mengkaji makna denotasi dan konotasi dalam adegan pada drama tersebut (Hasanah & Ratnaningtyas, 2022). Dari kedua penelitian tersebut, konteks maskulinitas perempuan Korea Selatan yang dikaji adalah media berupa drama sedangkan penelitian ini menggunakan media berupa musik video dan terfokus pada konteks industri musik. Masih belum banyak penelitian yang meneliti maskulinitas perempuan Korea Selatan yang berfokus pada industri musik seperti *girl group*.

Untuk melakukan penelitian pada musik video dari (G)I-DLE, diperlukan data dari penelitian terdahulu sebagai penunjang penelitian. Penelitian terdahulu yang berjudul “Representasi Perempuan dalam Video Klip Girlband Korea (Analisis Semiotika Video Klip Dalla Dalla dari Girlband ITZY)” milik Salma Zuhaira dan Sukma Ari Ragil Putri meneliti tentang representasi perempuan yang dinilai dalam 3 level realitas dan pemaknaan oleh Saussure. Level realitas didapatkan dari pemaknaan konotatif dengan melihat kostum dan riasan yang digunakan dalam video klip. Riasan dan kostum disesuaikan dengan konsep mereka yang mengusung tema *girlboss*. Level representasi yang didapatkan dari pemaknaan denotatif menganalisis kode teknis yang digunakan dalam pembuatan musik video seperti *lighting* dan *angle* kamera; kode representasi konvensional berupa setting tempat dan tokoh; serta kode naratif berupa deskripsi lirik lagu. Level ideologi yang ditemukan yaitu feminisme aliran *postmodern* dan independen (Salma & Putri, 2021).

Penelitian lain yang berjudul “Representasi Maskulinitas pada Karakter Perempuan dalam Film “Kartini” Karya Hanung Bramantyo” milik Febriani Dillawati, Muhammad Batu Widagdo, dan Amida Yusriana meneliti tentang representasi maskulinitas pada karakter yang dianalisis menggunakan teori *The Feminist Transmission Model* dan menggunakan analisis semiotika milik Roland Barthes yang bertujuan memahami makna konotasi, denotasi dan mitos. Representasi ditemukan pada adegan di dalam film yang menunjukkan

karakter Kartini yang memiliki karakteristik maskulin tanpa memiliki segi fisik dan berpenampilan seperti laki-laki. Karakter kartini divisualisasikan sebagai perempuan cantik, anggun, berpakaian rapi layaknya anak perempuan petinggi, dan berpostur ideal tetapi memiliki sifat dan karakteristik maskulin. Karakter perempuan ini dibentuk berbeda dari budaya patriarki yang ada di masyarakat (Dillawati et al., 2020).

Penelitian terakhir yang berjudul “Representasi Peran Gender dalam Video Musik Taylor Swift The Man” milik Yohanna Alexandra, Chory Angela W., dan Megawati W. Meneliti mengenai fenomena representasi *gender* menggunakan metode semiotika dan kode-kode televisi John Fiske. Peran *gender* yang muncul merupakan kombinasi antara peran *gender* tradisional dan modern. Perempuan dapat setara dengan laki-laki dalam aspek pekerjaan dan publik sehingga menggambarkan ideologi feminisme, dengan penokohan perempuan yang mendukung sikap feminim. Sedangkan penokohan pria digambarkan dengan ideologi patriarki yang menunjukkan maskulin dan berpangkat tinggi, serta digambarkan sebagai pekerja keras dan dapat mengurus sektor domestik (Alexandra et al., 2021).

Penelitian pertama mengkaji tentang representasi perempuan dalam musik video ‘Dalla Dalla’ dari girl group ITZY, penelitian kedua meneliti representasi maskulintas pada karakter perempuan pada film ‘Kartini’, dan penelitian ketiga meneliti representasi peran *gender* dalam video musik Taylor Swift ‘The Man’. Objek penelitian dari penelitian ketiga adalah video musik yang mengambil konteks peran *gender* yang ada di Barat sedangkan objek penelitian ini adalah video musik yang mengambil konteks maskulinitas perempuan yang ada di Asia khususnya Korea Selatan. Penelitian yang mengkaji maskulinitas perempuan pada musik video dengan konteks maskulinitas perempuan Korea Selatan masih belum peneliti temukan penelitian lain. Kurangnya kajian maskulinitas perempuan terlebih dalam konteks industry musik di Korea Selatan mendorong penulis untuk melakukan penelitian ini. Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan dampak positif dalam menambah kajian maskulinitas perempuan dalam konteks Korea Selatan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya karena membahas mengenai representasi maskulinitas perempuan yang ada dalam musik video (G)I-DLE – “Lion” dan “TOMBOY”. Tentang bagaimana karya musik milik (G)I-DLE mengemas pesan-pesan yang bertujuan untuk menampilkan maskulinitas perempuan dan hak-hak perempuan Korea Selatan. Diperlukan kajian untuk melihat tanda dan pesan yang ada dalam musik video sehingga ditemukan gambaran detail mengenai makna tanda-tanda tersebut. Peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan analisa semiotika, yaitu metode untuk memahami sistem komunikasi yang memiliki basis yang berupa tanda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang didapatkan adalah “Bagaimana representasi maskulinitas perempuan yang muncul dalam musik video “TOMBOY” dan “Lion” – (G)I-DLE dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah tertulis di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menemukan bagaimana representasi maskulinitas perempuan ditampilkan dalam musik video “TOMBOY” dan “Lion” – (G)I-DLE dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa menambahkan kontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan dalam studi media massa khususnya musik video. Manfaat penelitian lain yaitu menambahkan kontribusi keilmuan maskulinitas perempuan di Korea Selatan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi rekomendasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai pemahaman maskulinitas perempuan yang diciptakan oleh industri hiburan Korea Selatan menggunakan analisis semiotika John Fiske.

E. Kerangka Teori

1. *Gender* dan Maskulinitas

Konsep *gender* muncul pada awal tahun 1970-an. Penelitian untuk membedakan laki-laki dan perempuan dalam sejarahnya menggunakan istilah *sex differences* atau perbedaan jenis kelamin (Lindsey, 2016). Ketika perbedaan antara laki-laki dan perempuan menjadi fokus penelitian, istilah *sex differences* ini menuai perdebatan. Beberapa peneliti menggunakan istilah ini sebagai perbedaan apapun yang didasari pada *track* biologis. Istilah *sex differences* menciptakan banyak makna seperti konfigurasi kromosom, fisiologi reproduksi, karakteristik sekunder jenis kelamin seperti tingkah laku atau karakteristik pada laki-laki dan perempuan. Kemudian dicetuskannya istilah *gender* sebagai alternatif untuk mendeskripsikan karakter dan perilaku yang didasari dengan norma kultural pada laki-laki dan perempuan. *Gender* kemudian menjadi label sosial dan tidak berasal dari deskripsi biologinya.

Menurut Jane Pitcher istilah *gender* digunakan sebagai pengkategorian analitikal yang digunakan untuk membatasi antara perbedaan jenis kelamin secara biologis dan digunakan sebagai pengenalan tingkah laku dan kompetensi yang nantinya akan menentukan ‘maskulin’ atau ‘feminin’ seseorang. Pada pihak lain Harriet Bradley pada bukunya *Gender* mengemukakan definisi *gender* yang merujuk pada variasi dan susunan kompleks antara laki-laki dan perempuan, meliputi organisasi reproduksi, pembagian kerja secara seksual, dan pendefinisian kultural terhadap feminitas dan maskulinitas (Bradley, 2013). Disaat yang sama sebagai peranti sosial yang menentukan bagaimana pria dan wanita hidup serta menjadi konsep berpikir untuk membagi masyarakat menjadi kategori sosial lain.

Gender menurut Linda L. Lindsey mengacu pada karakter sosial, kultural, dan psikologikal yang terhubung pada laki-laki dan perempuan melalui konteks sosial tertentu. Jenis kelamin membuat seseorang laki-laki atau perempuan sedangkan *gender* membuat seseorang maskulin atau feminin. Jenis kelamin merupakan status yang diturunkan

karena seseorang terlahir dengan jenis kelamin. Akan tetapi *gender* merupakan status yang dapat dicapai karena *gender* harus dipelajari (Lindsey, 2016).

Berdasarkan beberapa definisi dari *gender* di atas, dapat dipahami bahwa *gender* yang membentuk karakteristik maskulin dan feminin seseorang. Maskulinitas sendiri diyakini sebagai sebuah kondisi dengan karakteristik berotot, kuat, berani, keras, dan mendominasi. Konsep maskulinitas memiliki perbedaan di berbagai kebudayaan. Maskulinitas bukanlah suatu hal yang diberikan dengan alami melainkan hasil konstruksi sejarah dan konteks kultural. Maskulinitas membutuhkan usaha konstan untuk pemeliharanya, karena hal tersebut tidak bisa bertahan sebagaimana laki-laki menginginkan “tampilan” dari maskulinitas itu sendiri.

Jane Pilcher dan Imelda Whelehan mendefinisikan maskulinitas sebagai bagian dari praktik sosial dan representasi kultural yang diasosiasikan dengan ‘menjadi laki-laki’. Maskulinitas juga digunakan sebagai pengidentifikasian seseorang dalam menjadi seorang laki-laki dan representasi kultural tentang variasi laki-laki baik secara historis dan kebudayaan, antara masyarakat satu dengan lainnya dan antara berbagai kelompok pria dalam suatu masyarakat (Pilcher & Whelehan, 2004).

Menurut R. W. Connell maskulinitas bukanlah sifat yang tertanam dalam gen manusia ataupun ditetapkan oleh struktur sosial. Kehadiran maskulinitas sebagai tubuh, sifat, atau perilaku tidak dimiliki oleh laki-laki biologis saja tetapi juga dapat dilakukan oleh perempuan. R. W. Connell berpendapat bahwa maskulinitas hanya merujuk pada tubuh laki-laki (secara langsung ataupun penyimbolan) akan tetapi tidak ditentukan oleh biologis seorang laki-laki (Connell, 2000).

Berdasarkan beberapa definisi *gender* dan maskulinitas di atas, peneliti akan mengkaji makna *gender* dan maskulinitas di Korea Selatan. Serta kajian terhadap musik video (G)I-DLE – “Lion” dan “TOMBOY” mendefinisikan *gender* dan maskulinitas yang ada di masyarakat Korea Selatan.

2. Maskulinitas dalam Media

Maskulinitas merupakan hasil dari konstruksi kultural masyarakat yang menganggap bahwa sosok laki-laki memiliki perangai yang cerdas, kuat, berkuasa, dan berwibawa. Maskulinitas sering diasumsikan sebagai sifat bawaan laki-laki ‘normal’ yang dapat diukur melalui sifat psikologis atau atribut fisik. Namun apabila maskulinitas dihubungkan dengan kebudayaan, maskulinitas bersifat beragam, berubah-ubah, bahkan sebagai sebuah konstruksi yang tidak stabil. Menurut Beynon, maskulinitas bukanlah sifat yang sama/seragam akan tetapi memiliki sifat yang beragam dan terfragmentasi (Beynon, 2002). Maskulinitas terbentuk oleh budaya yang tentunya akan menciptakan keadaan yang berbeda di setiap kebudayaan.

Maskulinitas menurut Robert Connell (dalam Mark Moss, 2011) memiliki definisi yang berbeda pada setiap kebudayaan. Karena perbedaan budaya, beberapa bentuk maskulinitas ada yang diremehkan ada juga yang dijunjung tinggi. Maskulinitas yang dijunjung tinggi merupakan tipe yang memiliki hak istimewa atau “mendominasi secara kultural”, Connell menyebutnya dengan istilah “maskulinitas hegemoni”. Hegemoni maskulinitas ini sering dilihat sebagai bentuk ideal maskulinitas yang menjadi acuan laki-laki bertindak sesuai dengan standar.

Media memiliki peranan penting dalam mendefinisikan dan menggambarkan sebuah realitas yang tersebar di kultur masyarakat. Dengan menggunakan media, penggambaran mengenai konsep maskulinitas dapat dijelaskan oleh berbagai pihak. Beynon (dalam Nasir, 2007) mengungkapkan representasi maskulinitas dalam berbagai jenis media massa yaitu karya sastra (novel, puisi, tulisan sejarah), media cetak (koran, majalah, komik), media siar (film, internet, radio), media visual dan performa (lukisan, fotografi, ilustrasi), autobiografi/biografi dan dokumentasi, serta etnografi.

Media memberikan gambaran yang berbeda terhadap laki-laki dan perempuan. Media dianggap berperan dalam memproyeksikan perempuan sebagai kelas kedua di masyarakat, yang membuat kontribusi

mereka di bidang demokrasi terbatas dan mempengaruhi kesempatan hidup masing-masing seorang perempuan. Proyeksi media terhadap perempuan membuat asumsi bahwa seorang perempuan secara fisik dan mental lebih lemah dari laki-laki ataupun aspek kecantikan, seksualitas, dan domestic yang dianggap lebih bernilai, membuat perempuan terhambat untuk meraih kesuksesan individual mereka (de Ridder, 2012).

Media menurut Cynthia Carter dan Linda Steiner merupakan instrumen dalam mendapatkan suara publik. Teks media tidak sekadar merefleksikan 'realitas' melainkan membangun definisi hegemonik yang seharusnya diterima sebagai 'realitas'. Pendefinisian ini terlihat tidak dapat diubah, 'nyata' dan masuk akal. Terlebih media hanya menampilkan aspek-aspek yang selaras dengan kepentingan kelompok dominan di masyarakat. Definisi hegemoni yang terlalu kuat dan dinaturalkan membuatnya tampak 'normal' di masyarakat (Carter & Streiner, 2004).

Terdapat beberapa contoh maskulinitas 'ideal' yang diproyeksikan oleh media. Karya sastra yang terkenal seperti *Anthony and Cleopatra* karya W. Shakespeare menggambarkan maskulinitas Caesar dengan sifat yang sangat jantan dan Cleopatra dengan sifat feminim sangat menggambarkan maskulinitas dan feminitas tradisional. Media cetak pada tahun 1980an, pers membuat komik untuk anak-anak dan remaja yang digunakan untuk mengeksplorasi maskulinitas melalui cerita naratif dengan visual yang didominasi karakter laki-laki. Media siar memunculkan film *Saving Private Ryan* (1998), film *Fight Club* dan *American Beauty* (1999) memperlihatkan unsur kekuatan otot laki-laki dan maskulinitas emosional di tahun 1980an. Media visual menggambarkan tubuh laki-laki melalui fisik dan pakaiannya dan ditunjukkan pula melalui bahasa tubuh dengan latar belakang yang luas seperti konser musik, pertunjukan drama, dan acara olahraga. Autobiografi menunjukkan mode documenter yang menyiarkan pengalaman hidup maskulin dan subjektivitas laki-laki di masa kini dan lampau, contohnya yaitu sejarah pertambangan di South Wales pada tahun 1970 oleh Tosh (2000), yang mendeskripsikan kehidupan di barak pekerja laki-laki. Etnografi oleh McElhinny (1994) menunjukkan

ethnographic moments terhadap gejala yang terjadi di kehidupan sehari-hari, etnografi dipergunakan untuk mempelajari maskulinitas yang ada di berbagai latar belakang kebudayaan (Beynon, 2002).

Rebecca Feasey juga menuliskan konstruksi realita maskulinitas yang dibentuk oleh media di Amerika Serikat. Salah satunya adalah opera sabun yang secara tradisional diminati oleh audiens perempuan namun telah berkembang dengan menghadirkan karakter laki-laki pada acaranya. Karakter laki-laki ini kemudian berkembang yang awalnya hanya menjadi karakter suportif beralih menjadi protagonist utama dalam serial. Genre utama yang awalnya ‘feminin’ yang berfokus pada pemecahan masalah dan obrolan yang intim beralih menjadi alur ‘maskulin’ yang berfokus pada tema bisnis dan pekerjaan laki-laki. Narasi aktif dan agresif digunakan untuk menunjukkan poin maskulin milik protagonist laki-laki dalam mengatasi masalah. Contohnya pada opera sabun *Emmerdale*, salah satu adegan dimana Greyson Sinclair mengetahui istrinya Perdita Hyde-Sinclair yang keguguran dan berusaha untuk meyakinkannya bahwa memiliki anak tidak sepeenting istrinya. Greyson meyakinkan istrinya dengan mengutarakan lelucon yang buruk sehingga menyakiti hati Perdita. Ketika Perdita memarahi Greyson mengenai ketidaksensitivitasnya, Greyson melakukan pembelaan dengan berdalih bahwa dia tidak familiar pada hal tersebut (kehamilan dan keguguran). Hal ini membuat persepsi bahwa laki-laki memang orang yang tidak sensitif dan tidak mau mengerti keadaan perempuan (Feasey, 2008).

Berdasarkan beberapa definisi maskulinitas dalam media di atas, peneliti akan mengkaji hegemoni maskulinitas yang ada didalam media Korea Selatan. Serta bagaimana musik video (G)I-DLE – “Lion” dan “TOMBOY” mengemas hegemoni maskulinitas Korea Selatan yang ada serta perlawanan terhadap hegemoni tersebut.

3. Maskulinitas Perempuan

Definisi maskulinitas yang diketahui oleh kebanyakan orang terbentuk dari masyarakat. Masyarakatlah yang mendefinisikan dengan norma dan ekspektasi masyarakat. Maskulinitas yang beredar di masyarakat

merujuk pada kekuasaan/kekuatan, legitimasi dan *privilege* yang disimbolkan sebagai kekuasaan negara dan kekayaan yang tidak sama rata. Maskulinitas memunculkan patriarki dalam keluarga yang merepresentasikan kekuatan ahli waris, konsekuensi perdagangan oleh perempuan, dan *privilege* sosial yang ‘dijanjiikan’. Banyak hal lain yang dapat mengidentifikasi maskulinitas, membagi kekuasaan menjadi hal kompleks seperti kelas, ras, seksualitas, dan *gender*.

Maskulinitas sejatinya tidak dimiliki oleh laki-laki saja. Maskulinitas perempuan umumnya diterima oleh budaya hetero dan homo normatif sebagai tanda patologis dari kesalahan identifikasi dan penerimaan, dimana muncul keinginan untuk menggunakan dan memiliki kekuatan yang ada diluar jangkauan mereka (Halberstam & Halberstam Jack, 1998).

Diperlukan pengidentifikasian elemen maskulinitas untuk mengetahui karakteristik maskulin seseorang. Menurut Peter Lehman, terdapat beberapa elemen yang berkaitan dengan maskulinitas seseorang yaitu *power* (kekuatan), *courage* (keberanian), *heroism* (kepahlawanan), dan *leadership* (kepemimpinan) (Lehman Peter, 2001).

1) *Power* (kekuatan)

Kekuatan merupakan elemen penting dalam maskulinitas. Maskulinitas menggunakan kekuatan untuk mempengaruhi orang lain.

2) *Courage* (Keberanian)

Keberanian merupakan kemampuan untuk menghadapi dan menghapus rasa takut, rasa sakit, resiko atau bahaya, dan intimidasi. Keberanian sendiri dapat berupa keberanian fisik ataupun psikis yang dapat digunakan untuk melawan ketakutan.

3) *Heroism* (Kepahlawanan)

Kepahlawanan merupakan sebuah upaya untuk menampilkan keberanian yang mungkin orang lain tidak

berani lakukan. Kepahlawanan ini muncul untuk kepentingan bersama.

4) *Leadership* (Kepemimpinan)

Kepemimpinan merupakan sebuah kemampuan untuk memimpin dan memberi pengaruh ke banyak orang untuk mencapai tujuan bersama sesuai dengan perintah dari pemimpin.

Dalam menemukan gambaran mengenai maskulinitas perempuan di Korea Selatan, diperlukan adanya pemahaman mengenai representasi yang ada di Korea Selatan. Representasi merupakan upaya dalam memproses makna yang diproduksi pada anggota kebudayaan tersebut. Secara singkat representasi juga berperan untuk mendeskripsikan apa yang terpikirkan dalam benak seseorang. Pada masyarakat Korea Selatan, representasi maskulinitas dan feminitas seseorang dipengaruhi oleh ajaran konfusius. Ajaran ini menciptakan peran *gender* tradisional dan patriarki. Namun saat ini, konsep maskulinitas mulai beralih kearah *soft masculinity* sehingga dapat menggeser maskulinitas tradisional. Menjadikannya sebagai representasi kultural baru mengenai *gender* di Korea Selatan.

Pergantian representasi kultural di Korea Selatan mempengaruhi berkembangnya industrialisasi musik pop dan konsumerisme oleh remaja. Sistem idola mulai muncul dan menargetkan remaja perempuan di Korea Selatan. Dikombinasikan dengan perkembangan internet, kemunculan *idol* menciptakan *fandom* di kalangan remaja perempuan di Korea Selatan. Produk berupa *fan fiction* dan *fan art* artis idola dipopulerkan dan dibagikan oleh perempuan di internet. Akibatnya muncul *fancos* (*fancostum cosplay*) yang merupakan pertunjukan *drag*, menonjolkan performa maskulinitas perempuan layaknya *boy band*. *Fancos* ini juga didasari oleh drama tradisional korea yaitu *gukgeuk* yang ditampilkan oleh teather khusus perempuan (Lee et al., 2019).

Berdasarkan beberapa definisi maskulinitas perempuan dan karakteristik maskulin di atas, peneliti akan mengkaji bentuk maskulinitas perempuan yang ditampilkan pada musik video (G)I-DLE – “Lion” dan

“TOMBOY”. Kemudian peneliti mengkaji karakteristik maskulin yang ada dalam musik video (G)I-DLE – “Lion” dan “TOMBOY” untuk penggambaran maskulinitas perempuan yang ada.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk memahami apa yang tak tampak, tidak ditemukan melalui prosedur kuantifikasi, perhitungan statistik, dan bentuk atau cara lain yang membutuhkan pengukuran angka. Sehingga metode penelitian kualitatif menjadi solusi yang tepat untuk digunakan pada penelitian ini. Penelitian kualitatif memiliki keterkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna yang ada dibalik fakta (Gunawan, 2013). Menurut Gunawan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan memahami dan memaknai suatu fenomena atau budaya perilaku. Peneliti mengungkapkan kenyataan adanya makna secara menyeluruh dibalik objek penelitian dan diinterpretasi melalui tulisannya. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan sifat penelitian deskriptif yang ditujukan untuk mendeskripsikan permasalahan dan fokus penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengamati, meneliti, dan menganalisis adegan dalam musik video (G)I-DLE – “Lion” dan “TOMBOY” yang merepresentasikan bentuk representasi maskulinitas perempuan. Untuk menganalisis objek penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian semiotik. Penelitian semiotik digunakan untuk memahami hakikat tentang keberadaan ‘tanda’. Tanda merupakan sebuah unit dasar dalam suatu sistem relasi pada dunia. Menurut Saussure dalam Wibowo, persepsi dan pandangan mengenai realitas dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial (Wibowo, 2013). Media bukanlah lembaga yang netral, bebas dan mandiri melainkan media digunakan sebagai ‘ruang peperangan’ kepentingan baik itu kepentingan politik atau ekonomi bisnis. Tanda yang menjadi hasil interpretasi media mengandung kepentingan yang berbeda. Oleh karena itu, semiotika dapat digunakan untuk mengkaji penggunaan tanda-tanda dalam media.

Penelitian ini menggunakan teori semiotik dari John Fiske. Semiotika didefinisikan sebagai ilmu yang memahami tanda, bagaimana tanda

tersebut bekerja dan bagaimana cara manusia dalam menggunakannya. Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan dalam semiotika yaitu hubungan antara tanda dan makna serta cara tanda-tanda dikombinasikan sebagai kode (Fiske & Hartley, 2003). Ferdinand de Saussure mencetuskan konsep semiotika yaitu *signifier + signified = sign*. Dimana *signifier* merupakan objek fisik seperti suara, teks, atau gambar. *Signified* merupakan konsep mental yang tidak selalu berhubungan dengan *signifier*. Dan *sign* merupakan asosiasi yang memiliki keterkaitan keduanya. Ketiga elemen ini merupakan hasil konstruksi yang ditentukan dari kebudayaan dan dapat dikatakan sebagai ‘buatan manusia’.

John Fiske menganggap bahwa audiens yang merupakan konsumen media memiliki kekuatan untuk menafsirkan isi teks dan menentukan popularitas media, melebihi kemampuan lembaga media untuk mengirim pesan atau ideologi ke audiens melalui teks mereka. John Fiske ingin menunjukkan bahwa audiens bukanlah orang-orang yang bodoh. Audiens bukanlah massa konsumen yang sekuler melainkan berbagai individu berbeda yang memiliki preferensi masing-masing, latar belakang sosial yang mungkin tidak terhubung, serta kompleks dan kontradiktif (Gauntlett, 2008). Hal inilah yang mendorong John Fiske untuk meneliti tanda-tanda yang muncul pada televisi untuk mengkritik sosial dan kultural arus media kontemporer, menghadapi dan mengontrol kapasitas produksi media, serta membatasi sosio-kultural dan ideologi media yang menggunakan kekuatan politik-komersil.

John Fiske mencetuskan teori kode-kode yang ada di dalam televisi. Tanda-tanda yang ada dapat diorganisir menjadi sistem yang bermakna atau kode. Tanda-tanda yang ada dapat dikombinasikan sesuai dengan kesepakatan dalam suatu budaya tentang bagaimana kode tersebut dikomunikasikan. Audiens memiliki kekuatan untuk menginterpretasikan teks media dan menentukan popularitas media sehingga media memiliki kemampuan untuk mengirim pesan atau ideologi kepada audiens melalui teks. Media mengaktifkan ide dan makna, mempromosikan keberagaman dan perbedaan, dan hal ini dapat menciptakan perubahan sosial (Fiske, 2001).

Teori kode-kode televisi menurut Fiske dalam Erik merupakan kode yang muncul dan digunakan dalam tayangan televisi, memiliki keterkaitan dan terhubung sehingga membentuk sebuah makna (Simanullang, 2018). Realitas yang muncul merupakan hasil pengolahan audiens melalui pengindraan seraf referensi dan kemudian kode akan dipersepsikan secara berbeda tergantung oleh individu masing-masing.

John Fiske membagi kode-kode televisi –yang telah di encode menggunakan kode-kode sosial– menjadi tiga level sebagai berikut:

1) Level Realitas (*Reality level*)

Kode sosial yang muncul yaitu penampilan (*appearance*), kostum (*dress*), riasan (*make up*), lingkungan (*environment*), kelakuan (*behavior*), gestur (*gesture*), cara berbicara (*speech*), dan ekspresi (*expression*).

2) Level Representasi (*Representation level*)

Kode sosial yang muncul yaitu kode teknis meliputi kamera (*camera*), pencahayaan (*lighting*), editing, musik (*music*), dan suara (*sound*). Serta kode representasi konvensional yang meliputi naratif (*narrative*), konflik (*conflict*), karakter (*character*), aksi (*action*), percakapan (*dialogue*), setting, dan pemilihan pemain (*casting*).

3) Level Ideologi (*Ideology level*)

Kode sosial yang muncul yaitu individualisme (*individualism*), feminisme (*feminism*), ras (*race*), kelas (*class*), materialisme (*materialism*), kapitalisme (*capitalism*), dan lain sebagainya.

Televisi merupakan media esensial dari realitas karena memiliki kemampuan untuk membawa realitas dan meyakinkannya pada sosial. Realita pada televisi diekspresikan sebagai metafora dari transparansi atau cerminan. Apa yang ditampilkan televisi merupakan hasil yang natural. Akan tetapi John Fiske mempercayai bahwa televisi memproduksi ‘realitas’ bukan merefleksikannya. Realisme menurut John Fiske tidak hanya memproduksi realitas tetapi membentuknya sebagai wujud yang mudah dipahami. Realisme biasanya berbentuk narasi dan untuk memahaminya diperlukan rekonstruksi naratif dari kedua sisi. Realitas merupakan peristiwa yang ditandakan dengan penampilan, kostum, riasan, lingkungan, perilaku, cara bicara, gestur, dan

ekspresi. Untuk menemukan level realitas, peneliti akan mengkaji aspek-aspek visual yang ada dalam musik video (G)-IDLE “Lion” dan “TOMBOY”.

Representasi merupakan realitas yang ditandakan pada kode elektronik berupa kode teknik seperti kamera, pencahayaan, pengeditan, musik, dan suara. Selain itu kode representasi konvensional dapat dilihat dari narasi, konflik, karakter, aksi, dialog, latar, dan pemeran. Elemen ini diubah menjadi kode representasi yang dapat menjadi perwakilan suatu realitas. Untuk menemukan level representasi, peneliti akan mengkaji kode teknis seperti teknik kamera yang ada di dalam musik video (G)-IDLE “Lion” dan “TOMBOY”.

Ideologi merupakan elemen yang disusun dan dikategorikan dalam wujud ideologis seperti individualis, nasionalis, patriarki, ras, kelas, materialisme, dan lain sebagainya. Televisi memiliki kemampuan untuk menyamakan keberagaman sosio-kultural sehingga program acara dapat menjangkau sebanyak-banyaknya audiens yang berbeda. Sangat mudah untuk menemukan ideologi dominan dan konvensi tekstual antara produser dan audiens karena mereka berbagi sejarah dan pengalaman yang sama. Untuk menemukan level ideologi, peneliti akan mengkaji kode sosial yang ada di Korea Selatan dan mengaitkannya dengan musik video (G)-IDLE “Lion” dan “TOMBOY”.

Korea Selatan masih didominasi oleh ajaran Konfusius dimana ajaran tersebut menganggap faktor usia dan *gender* sebagai tolak ukur kesuksesan seseorang. Terlebih ajaran ini menganut patrilinealisme sehingga kedudukan laki-laki dianggap lebih tinggi dan lebih dominan dibandingkan perempuan (Sung Jung, 2011) . Perempuan Korea Selatan pun mengalami posisi yang tidak diuntungkan karena adanya patriarki. Budaya patriarki masih melekat meskipun Korea Selatan mengalami modernisasi. Maskulinitas yang ada dianggap milik laki-laki dan feminitas milik perempuan.

Untuk menemukan karakter maskulinitas perempuan dalam musik video (G)-IDLE “Lion” dan “TOMBOY”, peneliti menggunakan teori milik Peter Lehman untuk menemukan karakteristik maskulin yang ada dalam musik video. Karakteristik tersebut yaitu kekuatan, keberanian, kepahlawanan, dan

kepemimpinan. Peneliti akan mencari karakteristik maskulin dengan mengkaji aspek visual seperti potongan adegan serta teks berupa lirik lagu di musik video (G)-IDLE “Lion” dan “TOMBOY”.

Dengan menggunakan teori kode-kode televisi milik John Fiske sebagai acuan dalam penelitian ini, diharapkan peneliti dalam menemukan representasi maskulinitas perempuan pada musik video (G)-IDLE “Lion” dan “TOMBOY”. John Fiske mengutamakan elemen-elemen dasar pada gejala sosial yang memiliki pengaruh pada masyarakat dalam menciptakan makna yang ditandakan.

1. Teknik Pengumpulan data

a. Dokumentasi

Pada penelitian ini, mengambil data berupa dokumentasi yang diambil dan bertujuan untuk mengetahui representasi maskulinitas perempuan dalam musik video yang telah dipilih. Pengamatan dilakukan dengan menonton video klip dan mengamati tanda-tanda yang terkandung dalam *scene* atau lirik di video klip tersebut. Tanda yang ingin ditemukan berupa tanda yang menunjukkan representasi maskulinitas perempuan dan nantinya data akan dikumpulkan lalu dianalisis sesuai metode semiotik.

b. Studi Pustaka

Peneliti menggunakan literatur seperti buku, jurnal, dokumen, dan lain sebagainya yang mendukung gagasan penelitian yaitu representasi maskulinitas perempuan.

2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ditujukan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data sistematis yang diperoleh dari pengumpulan data, yang kemudian diorganisir, dijelaskan, disusun menjadi sebuah pola, mengeliminasi temuan yang tidak penting, dan dibuat kesimpulannya sehingga dapat dipahami oleh peneliti dan orang lain.

Peneliti kemudian menganalisis hasil temuan observasi berupa tanda-tanda yang menunjukkan maskulinitas perempuan yang ada dalam

video klip dengan menggunakan model semiotika John Fiske. Semiotika teks milik John Fiske bertujuan untuk menganalisis kode-kode televisi berupa kode yang muncul dan digunakan dalam tayangan televisi. Kode-kode ini dibagi dalam tiga level yaitu :

1) Level Realitas (*Reality level*)

Kode sosial yang muncul yaitu penampilan (*appearance*), kostum (*dress*), riasan (*make up*), lingkungan (*environment*), kelakuan (*behavior*), gestur (*gesture*), cara berbicara (*speech*), dan ekspresi (*expression*).

2) Level Representasi (*Representation level*)

Kode sosial yang muncul yaitu kode teknis meliputi kamera (*camera*), pencahayaan (*lighting*), editing, musik (*music*), dan suara (*sound*). Serta kode representasi konvensional yang meliputi naratif (*narrative*), konflik (*conflict*), karakter (*character*), aksi (*action*), percakapan (*dialogue*), setting, dan pemilihan pemain (*casting*).

3) Level Ideologi (*Ideology level*)

Kode sosial yang muncul yaitu individualisme (*individualism*), feminisme (*feminism*), ras (*race*), kelas (*class*), materialisme (*materialism*), kapitalisme (*capitalism*), dan lain sebagainya.

Pada level realitas, peneliti akan mengamati aspek sinematik berupa *mise-en-scene* berupa berbagai hal yang ada di depan kamera. *Mise-en-scene* mengacu pada aspek yang muncul sebelum dan sesudah kamera mengatur komposisi, alat peraga, set, aktor, pencahayaan dan kostum (*mise-en-scene*). Terdapat empat aspek pokok pada *mise-en-scene* yaitu setting, tata cahaya, kostum dan *make up*, pemain serta pergerakannya (Pratista, 2017).

a. Setting

Merupakan seluruh latar beserta propertinya. Berperan untuk mendukung aspek naratif. Setting memiliki beberapa fungsi yaitu menentukan ruang dan waktu, menentukan status sosial karakter, menciptakan suasana, dan mendukung adegan (Pratista, 2017).

b. Kostum dan Tata Rias Karakter

Kostum merupakan seluruh hal yang dikenakan pemain beserta aksesorinya. Kostum memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai penanda ruang dan waktu, menunjukkan status sosial/kelompok, kepribadian pelaku, penggunaan warna sebagai symbol, sebagai motif penggerak cerita, menjadi citra pelaku.

Sedangkan tata rias berfungsi menggambarkan usia, luka atau lebam di wajah, kemiripan dengan seorang tokoh, sosok manusia unik, sosok non manusia, dan sebagai pembeda pemain dengan multi peran (Pratista, 2017).

c. Pencahayaan

Tata cahaya berfungsi untuk membentuk suasana senyata mungkin seperti kondisi sebenarnya sesuai dengan tuntutan cerita. Pencahayaan memiliki beberapa unsur penting yaitu kualitas pencahayaan, sumber cahaya, warna cahaya (Pratista, 2017).

d. Pemain serta Pergerakannya

Pergerakan pelaku dibatasi oleh pembingkaiian pada aspek sinematografi yang kemudian diolah menjadi transisi gambar pada aspek editing. Aspek *mise-en-scene*, sinematografi, dan *editing* memiliki peranan dalam menjalin kontinuitas adegan (Pratista, 2017).

Sedangkan pada level representasi, peneliti melihat realitas yang ada digambarkan pada perangkat teknis seperti kamera, pencahayaan, editing, musik, dan suara. Kamera memiliki fungsi sebagai kode teknis yang memberikan fungsi dan konotasi makna yang berbeda pada sebuah objek. Peneliti akan mengamati teknik pengambilan gambar, angle kamera, pergerakan kamera, hingga proses editing.

Berikut teknik pengambilan gambar kamera :

Tabel 1. 1 Teknik Pengambilan Gambar

Teknik	Definisi	Petanda
<i>Extreme Long Shot/Extreme Wide Shot</i> (XLS/ELS/EWS/XWS)	Mengambil gambar lingkungan secara luas	Memberikan informasi tempat, waktu, dan situasi
<i>Very Long Shot/Very Wide Shot</i> (VLS)	Mengambil gambar subjek dengan lingkungannya	Memberikan sedikit informasi tentang subjek yang berada di lingkungan tersebut
<i>Long Shot/Wide Shot</i> (LS/WS)	Mengambil gambar secara luas	Menonjolkan subjek dengan latar belakangnya
<i>Medium Long Shot</i> (MLS)	Pengambilan gambar dari batas kepala hingga atas lutut	Membuat subjek (pakaian, gender, dan ekspresi) lebih terlihat
<i>Medium Shot</i> (MS)	Pengambilan gambar dari batas kepala hingga pinggang	Melihat subjek secara dekat (gestur dan ekspresi)
<i>Medium Close Up</i> (MCU)	Pengambilan gambar dari batas kepala hingga dada	Melihat fitur wajah subjek (pengkarakterisasian)
<i>Close Up</i> (CU)	Pengambilan gambar dari batas kepala hingga bahu	Melihat sybjek secara jelas, spesifik, dan detail
<i>Big Close Up</i> (BCU)	Pengambilan gambar dari batas kepala hingga dagu	Menampilkan detail ekspresi wajah
<i>Extreme Close Up</i> (ECU/XCU)	Pengambilan gambar mendetil pada salah satu anggota tubuh	Menampilkan detail anggota tubuh subjek

Sumber : Bowen & Thompson Roy, 2013. *Grammar of the Shot*

Setelah teknik pengambilan gambar ditemukan, kemudian peneliti menggunakan unsur representasi lainnya yaitu *lighting* atau teknik pencahayaan. Teknik pencahayaan berfungsi menciptakan *sense of depth* pada gambar sehingga membuat kesan perasaan (sedih, marah, dan takut), memperlihatkan tema sebuah karakter, dan menonjolkan subjek penting dalam scene (Bowen & Thompson Roy, 2013). Berikut teknik pencahayaan yang ada :

Tabel 1. 2 Teknik Pencahayaan

Teknik	Definisi	Petanda
<i>Hard Light</i>	Pencahayaan langsung yang terfokus ke arah subjek. Menciptakan perbedaan jelas antara bayangan dengan subjek.	Menonjolkan subjek/objek dari latar belakangnya atau objek lain. menciptakan suasana mengerikan, berbahaya, dan misterius. Menampilkan ekspresi dan fitur wajah secara jelas.
<i>Soft Light</i>	Pencahayaan yang terdifusi. Menciptakan hasil bayangan yang menyatu dengan subjek.	Menciptakan kesan kehangatan, keramahan, atau romantis
<i>Three point lighting</i>	Menggunakan <i>key light</i> sebagai pencahayaan utama, <i>fill light</i> untuk	Menciptakan pencahayaan dasar untuk menerangi subjek dengan jelas.

	mengontrol kontras cahaya, dan <i>back light</i> untuk mendefinisikan sudut/bagian belakang subjek.	
--	---	--

Sumber : Bowen & Thompson Roy, 2013. *Grammar of the Shot*

Pada level terakhir yaitu level ideologi, semua kode yang terlihat pada level realitas dan representasi akan disusun dan dihubungkan antara adegan-adegan yang menunjukkan maskulinitas perempuan dalam musik video (G)I-DLE 'Lion' dan 'TOMBOY' dengan ideologi yang ada di Korea Selatan.