

**RESEPSI EXO L JOGJA TERHADAP MASKULINITAS EXO DALAM MUSIK
VIDEO *OBSESSION***



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh :

THRESNA SUCI SETYANINGRUM

17321001

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN
Skripsi

RESEPSI EXO L JOGJA TERHADAP MASKULINITAS EXO DALAM MUSIK
VIDEO *OBSESSION*

Diajukan oleh:

THRESNA SUCI SETYANINGRUM

17321001

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi pada tanggal: 31 Mei 2021

Dosen Pembimbing Skripsi,



Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA.

NIDN 0509118601



HALAMAN PENGESAHAN

**RESEPSI EXO L JOGJA TERHADAP MASKULINITAS EXO DALAM MUSIK
VIDEO *OBSESSION***

Disusun Oleh :
Thresna Suci Setyaningrum
17321001

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas
Islam Indonesia

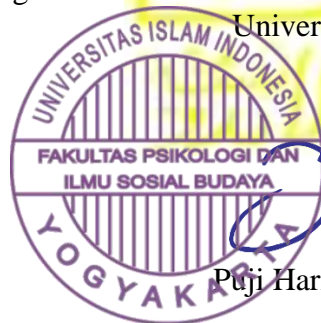
Tanggal : **7 Juli 2021**

Dewan Penguji :

1. Ketua : Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA. ()
NIDN 0509118601
2. Anggota : Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A. ()
NIDN 0514078702

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia.



Puji Hariyanti, S.Sos. M.I.Kom

NIDN 0529098201

HALAMAN PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Thresna Suci Setyaningrum

NIM : 17321001

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 7 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Thresna Suci Setyaningrum / 17321001)

1. Surat pernyataan ini dibuat oleh mahasiswa pelaksana TA.
2. Surat pernyataan ini ditandatangani diatas materai Rp.6000.
3. Keterangan karya TA sesuai masing-masing jenis (skripsi untuk karya penelitian, laporan projek Komunikasi untuk karya non penelitian).

MOTTO

LOVE WHAT YOU DO, AND DO WHAT YOU LOVE

PERSEMBAHAN

Karya Penelitian ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu, Almarhum Bapak Kakak dan Keluarga tercinta
2. Teman – teman seperjuangan
3. Adik dan kakak tingkat
4. Para penggiat ilmu pengetahuan

Kata Pengantar

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi **Resepsi Exo L Jogja Terhadap Maskulinitas Exo dalam Musik Video *Obsession***. Sholawat serta salam senantiasa peneliti ucapkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan syafaat serta pertolongan di hari kemudian nanti. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Selama penyusunan skripsi ini, peneliti banyak memperoleh bimbingan, dukungan dan bantuan dari segala pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua tercinta, Ibu tercinta Endang Tri Rochani dan Almarhum bapak tercinta Rajuli Sy. yang telah memberi kasih sayang, pengorbanan, doa serta semangat yang tak kunjung henti. Dan tidak lupa saya berterima kasih kepada kedua kakak saya Liputri Sartika Ningrum dan Ayu Dwi Sulistyaningrum yang selalu mendukung saya di setiap harinya.
2. Ibu Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA., selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas waktu, kesabaran dalam memberikan semangat, bimbingan, ilmu, serta saran dan masukan selama proses penelitian skripsi ini.
3. Segala pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.
4. Kepada anggota EXO L Jogja yang senantiasa menjadi narasumber wawancara pada penelitian ini, Terutama Zella, Nabillah, Sifra, Icha, Ana, Och, Jezzy, Ema, dan Kartika.
5. Untuk Caesar Puthut Anta Jordan Amiharjo, terima kasih atas semangat, doa, dukungan, keceriaan, kesabaran, suka duka, selalu mendengarkan keluh kesah saya selama proses pengerjaan dan terutama atas waktunya yang telah diberikan untuk menemani, motivasi menyelesaikan skripsi, hingga membantu beberapa hal dalam pengerjaan skripsi saya.
6. Untuk Rosa Apriyana Lubis, Suci Aninda Ramadhania, Sheila Fildzah Shabrina, Novia Dita Mesra, dan sahabat lainnya terima kasih atas dukungan, waktu,

semangat, hiburan, dan suka duka yang kalian berikan untuk membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yang selalu memberikan motivasi peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari jika penelitian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam rangka memperbaiki dan mengembangkan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang bersangkutan, serta dapat menjadi perbandingan bagi penelitian selanjutnya. Peneliti berharap Allah SWT, berkenan untuk membalas segala kebaikan dari seluruh pihak yang telah membantu peneliti selama ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 30 Mei 2021

Thresna Suci Setyaningrum



Abstrak

Setyanigrum, Thresna Suci. (2021). Resepsi Exo L Jogja Terhadap Maskulinitis Exo dalam Musik Video *Obsession*. (Skripsi Sarjana). Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2021

Grup musik EXO merupakan salah satu grup musik Korea Selatan yang sangat populer di dunia. Dengan pencapaian dan pencetusan album yang terbilang sukses dan selalu memiliki konsep yang sangat matang dibandingkan grup musik lainnya. Karena perbedaan konsep video dibanding video yang ada sebelumnya tersebut menarik peneliti untuk menjadikan MV *Obsession* sebagai objek penelitian karena peneliti ingin melihat bagaimana resepsi Maskulinitas EXO dalam *music video Obsession* oleh EXO L Jogja ?

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive* dengan metode penelitian kualitatif. Subjek penelitian merupakan anggota EXO L Jogja dengan *range* usia 19-26 th sehingga didapatkan sembilan narasumber yang termasuk kedalam kategori. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan dasar pertanyaan resepsi analisis terhadap video musik *Obsession*. Data primer adalah yang diperoleh langsung dari narasumber berdasarkan hasil wawancara yang berupa informasi data diri dari narasumber serta hasil dari beberapa pertanyaan yang telah dilontarkan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan seluruh jawaban Dominan atau seluruh narasumber setuju terhadap penemuan sifat maskulin dalam music video tersebut. Yakni terhadap tiga sifat maskulin yaitu lelaki maskulin berani menunjukkan keberanian, kekuatan, dan selalu menjaga penampilan. Lalu terdapat tiga narasumber memiliki jawaban oposisi terhadap pernyataan penggunaan riasan yang digunakan member saat melakukan syuting video klip tersebut. Sedangkan enam Narasumber lainnya memiliki jawaban dominan atau setuju dengan penjelasan bahwa penggunaan riasan tersebut hanyalah sebagai pendukung dari pembuatan video. Berdasarkan perbedaan argumen narasumber terhadap penggunaan riasan, peneliti menemukan makna maskulin baru yakni *soft masculinity* yang mana lelaki tetap di katakan dengan karakter laki-laki berwajah cantik, lembut, *innocent* dan *pure*.

kata kunci :EXO, resepsi, maskulinitas, soft masculinity dan music video.

Abstract

Setyanigrum, Thresna Suci. (2021). Reception of EXO's Masculinity in the Music Video *Obsession* by EXO L Jogja. (Undergraduate Thesis). Departemen of Communication Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia. 2021

EXO is one of the most well-known South Korean music groups on the planet. In comparison to other music groups, they have achieved and created a fairly successful album and have always had a highly mature concept. Because the idea of the video differs from the previous video, researchers are interested in using MV *Obsession* as the subject of study because they want to observe how the EXO Masculinity Reception in the music video *Obsession* by EXO L Jogja?

This study uses a purposive *sampling* technique with qualitative research methods. The research subjects were members of EXO L Jogja with an age range of 19-26 years so that nine speakers were included in that category. An interview based on an examination of reception questions from the *Obsession* music video was used to obtain data. Primary data was collected directly from the informants based on the findings of interviews in the form of personal data and the answers to many questions posed by the researcher.

According to the findings of the interview, all dominant answers or all respondents agree that masculine features were discovered in the music video. Specifically, three male characteristics, namely macho men who dare to demonstrate daring, strength, and always maintain a good appearance. Then there are three sources who disagree with the claim that the band used *make up* while filming the music video. While the other six resource individuals had dominant responses or agreed with the explanation that make-up was solely used to assist in the production of videos. The researchers discovered a new masculine connotation, namely soft masculinity, based on the variations in the informants' reasons against the use of make-up. Men are still believed to be male characters with lovely, soft, innocent, and pure looks. The following is a comprehensive list of the teks sumber in question. To get terjemahan tambahan information, you'll need a teks sumber.

keywords: EXO, reception, masculinity, soft masculinty and music video

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vii
Abstract	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Penelitian Terdahulu	5
F. Kerangka Konsep	8
G. Metodologi Penelitian	15
BAB II	19
GAMBARAN UMUM	19
1. EXO	19
2. EXO L	27
BAB III	32
ANALISIS DATA	32
A. Identifikasi Narasumber	32
B. Temuan Data	35
BAB IV	54
PEMBAHASAN	54

BAB V	61
PENUTUP	61
a. Kesimpulan.....	61
b. Keterbatasan Penelitian	63
c. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
DRAFT PERTANYAAN	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Biodata member EXO	22
Tabel 3.1 Resepsi Narasumber	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Analisis Resepsi Stuart Hall	8
Gambar 2.1 Logo EXO.....	19
Gambar 2.2 EXO	24
Gambar 2.3 EXO <i>Obsession</i>	25
Gambar 2.4 Cuplikan adegan <i>Obsession</i> sehun 1:30-1:35	25
Gambar 2.5 cuplikan adegan <i>Obsession</i> Baekhyun 1:49-1:53	26
Gambar 2.6 visual member dalam video	26
Gambar 2.7 EXO L pada konser planet II.....	27
Gambar 2.8 akun instagram EXO L-Indonesia	28
Gambar 2.9 akun instagram EXO L Jogja.....	29
Gambar 2.10 akun instagram EXO L Jogja.....	30
Gambar 2.11 <i>event</i> EXO L Yogyakarta.....	30
Gambar 2.12 <i>event</i> EXO L Yogyakarta.....	31
Gambar 3.1.1 Cuplikan video <i>Obsession</i>	36
Gambar 3.1.2 Cuplikan video <i>Obsession</i>	37
Gambar 3.2.1 Cuplikan video <i>Obsession</i>	39
Gambar 3.2.2 Cuplikan video <i>Obsession</i>	40
Gambar 3.2.3 Cuplikan video <i>Obsession</i>	41
Gambar 3.3.1 Cuplikan video <i>Obsession</i>	42
Gambar 3.4.1 Cuplikan video <i>Obsession</i>	46
Gambar 3.4.2 Cuplikan video <i>Obsession</i>	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tingginya minat masyarakat terhadap virus *Korean wave*. Dimana “*Korean Wave* adalah sebutan untuk persebaran budaya kpop yang mendunia secara global” (Shim, 2006). Tingginya minat akan eksistensi yang dibawa oleh artis dari Korea Selatan dijelaskan “Perjalanan musik modern Korea, Kpop menyebar ke mancanegara bersamaan dengan menyebarnya budaya populer Korea (Hallyu), yang di Indonesia lebih populer disebut gelombang budaya Korea.” (dalam Zaini tt: 501), hal tersebut tidak hanya dipandang di Korea ataupun di negara Asia, melainkan hingga keseluruh dunia. Bahkan dipandang hingga Amerika Serikat, dibuktikan dengan banyaknya artis Kpop yang menduduki kemenangan di ajang penghargaan dunia seperti *Billboard*. Seperti *boyband* “EXO pada tahun 2014 hingga 2015, BigBang pada tahun 2012, Girls Generation di tahun 2014, Wonder Girls di tahun 2009” (Pemita, 2015). *Genre* musik yang disiarkan oleh musisi Korea Selatan tersebut yang diberi nama Kpop tersebut sekarang pun juga menduduki peringkat nomor 1 di dunia dengan pencapaian jumlah penggemar terbanyak. Pencapaian tersebut membuatnya berkembang dengan cepat, teknik promosi yang dilakukan Kpop dengan melalui penyebaran *music video* melalui *channel* resmi yang dimiliki atau melalui akun youtube *Channel* yang ada, sehingga “penggemar dapat dengan mudah menikmati berbagai jenis *music video* kpop sesuai keinginannya” (Citra, 2013).

Banyaknya agensi besar di Korea Selatan seperti SM, JYP, YG *Entertainment* Dalam penayangan *music video* tersebut menyebabkan tingginya pula persaingan dari para *idol* yang didebutkan dari berbagai agensi yang ada tersebut, hingga menyebabkan agensi yang ingin mengeluarkan karya baru perlu memikirkan dengan matang konsep video maupun single yang kelak akan di siarkan tersebut. seperti halnya SM *Entertainment* yang selalu menampilkan konsep video yang memperhatikan detail dari *wardrobe* hingga tempat yang dijadikan untuk background dari *music video* tersebut. beda pula dengan YG *Entertainment* yang menekankan pada konsep tarian dari *boy* atau *girl group* untuk penayangan dari *music video* tersebut. Hal tersebut dibentuk bertujuan untuk memberikan khas dari grup tersebut. dalam *music video* yang di suguhkan Kpop tak hanya menampilkan gambaran visual secara fisik saja melainkan isi dan makna *music video* tersebut memiliki

artinya tersendiri tak hanya itu saja Kpop pun kerap merepresentasikan gender dalam penayangan *music video* nya tersebut. Dimana dalam penayangan video Kpop tersebut makna gender tak hanya termasuk ke dalam pemaknaan fisik seorang perempuan atau laki-laki. "Gender dalam ilmu sosial diartikan sebagai pola relasi lelaki dan perempuan yang didasarkan pada ciri sosial masing- masing" (Zainuddin, 2006: 1). Membahas gender yang beredar di kalangan masyarakat, ialah bagaimana masyarakat tersebut memandang hubungan laki-laki dengan sifat kelaki-lakiannya, ataupun sebaliknya.

Masyarakat menciptakan sebutan perbedaan antara perempuan dan laki-laki dalam segi non-biologis yang kerap disebut dengan gender. karena gender berfokus pada aspek perubahan budaya, lingkungan, psikologis dan aspek non-biologis lainnya. gender lebih menekankan pada perkembangan maskulinitas dan feminitas. "Seperangkat praktik sosial dan representasi budaya yang berhubungan erat dengan laki-laki dimaknai dengan maskulinitas" (Pilcher dan whelehan, 2017: 92). Dimana halnya laki-laki dianggap sebagai laki-laki yang maskulin apabila memenuhi kriteria maskulinitas menurut pandangan masyarakat yang telah ditetapkan tersebut. Sedangkan makna maskulinitas dulu menurut Priyo Soemadyo:

"Menjelaskan bahwa penggambaran pria yaitu memiliki postur tubuh yang gagah, besar, agresif, prestatif, dominan superior, asertif dan dapat diandalkan sebagai pelindung. pemaknaan gender dalam maskulinitas di kehidupan sehari-hari ditentukan pula oleh bagaimana pria tersebut berinteraksi di kehidupan kesehariannya, pola berpikir dalam kesehariannya saat berpendapat dan beropini di kalangan publik, serta bagaimana lelaki tersebut berada di tengah kerumunan masyarakat. Dengan begitu masyarakat umum dapat menyimpulkan bagaimana pandangannya terhadap maskulinitas sesuai dengan latar belakang dan pengalaman di lingkungannya" (dalam widyatama,2006:6).

Selain maskulinitas berdasarkan Widyatama, peneliti mencari lebih dalam mengenai pendapat maskulin lainnya, sehingga di temukan Pendapat maskulinitas lain yaitu :

"Lelaki dikatakan maskulin apabila laki-laki menganggap tinggi nilai kekuasaan, kekuatan, aksi keadilan, ketabahan, serta kesetiakawanan antara lelaki dan dalam dunia kerja. sedangkan menganggap rendah kemampuan verbal, hubungan interpersonal, kelembutan, komunikasi, perempuan serta anak" (Barker, Nasir 2007:).

Seiring perkembangan budaya populer yang masuk makna maskulinitas berdasarkan perspektif masyarakat yang telah tercipta sebelumnya perlahan mulai bergeser. Dimulai dari

masuknya budaya populer yang diciptakan Korea Selatan yang mulai berkembang di berbagai negara.

Tahun 2013 maskulinitas pria lebih ditonjolkan dalam konsep berpakaian. Media massa mendefinisikan pria dalam wacana maskulinitas, sebagai sosok pria yang peduli dengan penampilan, tipe pria yang peduli dengan perawatan fisik, dan berdandan rapi, bersih, dan wangi seperti yang ada dalam iklan-iklan kosmetik pria. Pada pemikiran maskulinitas tradisional yang mengkonstruksi karakteristik pria yang memiliki ciri-ciri sikap mandiri, berperan sebagai pengambilan keputusan, agresif dan mempunyai jiwa kompetisi dalam kehidupan sosialnya. Media menekankan karakteristik maskulinitas tersebut sebagai hal yang lumrah dan dapat diterima dan dianggap pantas oleh masyarakat.

Konsep maskulinitas yang disajikan dalam wacana media massa (iklan/film/koran/majalah) dapat dijadikan cerminan terhadap apa yang terjadi dalam masyarakat Sesuai dengan perkembangan zaman, “definisi maskulinitas berkembang dan banyak memunculkan definisi maskulinitas baru salah satunya adalah *soft masculinity*” (Fatinah, Priyatna, Adji, 2017).

Seperti pada kebanyakan *boy group* yang ada di Korea Selatan yang anggota di dalamnya memiliki ciri seperti yang disebutkan, salah satunya *boy Group* EXO yang merupakan grup yang memiliki personel yang memiliki postur tubuh yang gagah, sifat yang bisa dikatakan cukup menarik serta lucu, dan didukung dengan wajah tampan tetapi juga memiliki kesan seperti wanita. EXO sendiri merupakan grup yang dibesarkan di agensi besar Korea Selatan yakni SM Entertainment. EXO dengan debut awalnya di tahun 2012 lalu tetap berjaya hingga saat ini, hal tersebut terbukti dari banyaknya penghargaan yang diterima boyband tersebut seperti pada tahun 2012 EXO memenangkan penghargaan seperti: *Most Popular Group (EXO-M)*, *2013 6th Top Chinese Music Billboard Awards* dan banyak penghargaan lainnya. Hingga tahun berikutnya pun EXO selalu menggenggam trofi penghargaan sebagai pemenang nominasi. Hingga di awal tahun 2020 pun EXO mendapatkan penghargaan Bonsang (penghargaan utama), *QQ Music Popular Kpop Artist Award*, *Popularity Award*, dan *Hallyu Star Award*. Dengan tingginya popularitas yang dimiliki grup EXO tersebutlah yang menjadikannya menarik untuk dijadikan grup yang menjadi subjek dari penelitian ini.

Pada 2019 lalu EXO kembali menyapa penggemarnya dengan mengeluarkan album yang berjudul *Obsession*. Dimana pada album barunya ini EXO memberikan beberapa single lagu yang mana single lagu dengan judul *Obsession* menjadi single lagu penjual pada periode *comeback* EXO kali ini. Pada single yang berjudul *Obsession* tersebut dalam *music*

video member menampilkan konsep yang cukup *dark* sebagai tampilan dalam *music video*. Mengapa demikian karena, pada *music video* kali ini mereka menunjukkan *style* yang cukup berani dengan didukung polesan dari riasan yang cukup tebal dan gelap. hal tersebut dipilih dikarenakan menyesuaikan dari tema *comeback* EXO kali ini, yang bertema fantasi. Serta didukung pula dengan pemilihan *beats* yang terdapat pada *music video* ini memiliki *beats* yang cukup kuat dibandingkan lagu-lagu EXO lainnya.

Dengan konsep dan tampilan video *Obsession* yang cukup berani dan terkesan *dark video*, membuat peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut penelitian ini bersama EXO L. dimana, EXO L (EXO Love) adalah sebutan untuk Penggemar EXO. Dengan banyaknya sudut pemaknaan dari sudut pandang dari EXO L yang beraneka ragam, membuat peneliti ingin mengerucutkan objek pembahasannya hanya kepada EXO L yang berada di kota Jogja. Penelitian ini dianggap penting karena hanya sedikitnya penelitian yang membahas resepsi maskulinitas yang menjadikan *boyband* besar EXO sebagai fokus pembahasannya serta *music video* yang menjadi titik penelitian merupakan *music video* yang baru dikeluarkan oleh agensi dari EXO.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian singkat diatas dapat menciptakan rumusan permasalahan yang akan menjadi bahasan lebih lanjut dalam penelitian ini seperti Bagaimana resepsi EXO L Jogja terhadap maskulinitas EXO dalam musik video *obsession*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan resepsi dari para narasumber dalam menentukan makna maskulin dari *music video* yang dikeluarkan oleh grup asal Korea Selatan yang bernama EXO dengan lagu judul *Obsession*. Dimana, dalam video ini tampilan member dalam *music video* ini tergolong berbeda dari tampilan *music video* lainnya, karena didukung dengan pemberian kesan *dark video* didukung dengan adegan dalam video yang menampilkan adegan-adegan cukup berani hingga tampilan visual member yang sangat terkonsep tersebut.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Dalam segi praktis penelitian berguna untuk dapat menambah wawasan *audience* dalam pemaknaan mengenai sisi maskulin, terutama maskulin dalam gambaran masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea Selatan.

2. Manfaat Teoritis

Sedangkan dalam segi teoritis penelitian berguna untuk menambah sumber informasi mahasiswa dalam resepsi mengenai maskulinitas. Dan sebagai informasi penelitian selanjutnya

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan yang digunakan peneliti untuk menjadi dasar dalam mengejar penelitian. penelitian terdahulu dijadikan sebagai penguat teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. penelitian terdahulu memang tidak memiliki kesamaan judul yang ada, tetapi peneliti menggunakan beberapa penelitian sebagai referensi dalam pengerjaan penelitian ini, berikut beberapa penelitian yang digunakan dalam acuan peneliti:

Penelitian pertama yang digunakan berjudul “Fluiditas Maskulinitas dan Feminitas dalam Boyband Kpop sebagai Produk Industri Budaya”. penelitian yang ditulis oleh Dita Anggrahinita Yusanta, Titis Srimuda Pitana dan, Dwi Susanto (2019) dan bersumber dari Kafa journal, sembilan (2), 2019, (205-212) inti dari penelitian ini adalah mengkonstruksikan media bagaimana laki-laki telah mengalami perubahan, bahwasanya dahulu laki-laki- diketahui dengan penggambaran yang kuat, macho, berbadan tegap, hingga pemberani. tetapi dunia sekarang tidak memandang seperti demikian, semenjak munculnya dunia hallyu di dunia, penggambaran akan maskulinitas seorang pria berbanding terbalik, terkhusus citra yang ditampilkan dalam *boyband*. dengan penampilan yang berbeda yang dibawakan oleh *boyband* Korea tersebut dengan penampilan yang maskulin tetapi bersifat lembut dan berparas cantik kemudian disebut dengan *soft masculinity*. penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai fluiditas maskulinitas dan feminitas dalam boyband Kpop. penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan metode wawancara ini memperoleh hasil penelitian seperti berikut Boyband Kpop membawa konsep feminin

dan maskulin sekaligus. Mereka dibentuk dan ditampilkan menjadi para laki-laki yang gagah dengan badan sixpack, tetapi disisi lain mereka juga ditampilkan dalam bentuk visual yang imut dan feminine, seperti memakai baju dan cat rambut yang berwarna terang, serta memakai riasan wajah, Konsep *soft masculinity* pun sangat pas dengan penggambaran *boyband* dari negeri gingseng tersebut. persamaan dari penelitian terdahulu ini yakni adanya satu pembahasan yang sama yakni konsep *soft masculinity* tersebut. dari penelitian ini terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang diteliti, perbedaan tersebut terdapat pada fokus penelitian ini lebih mengerucut yakni menggunakan *music video* dari sebuah *boyband* yaitu EXO.

Penelitian selanjutnya yang dijadikan landasan dalam pembuatan penelitian ini adalah penelitian yang dibuat oleh Pratiwi Try Astuti (2016), penelitian dengan judul “Penerimaan Penggemar Kpop Terhadap Gambaran Pria Soft Masculine Boyband EXO di Music Video “Miracle in December”” oleh , bersumber dari Jurnal e-komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya ini menggunakan penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, dimana dalam penelitian terdahulu ini peneliti menggunakan teknik wawancara dan observasi dalam pengumpulan data. hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adanya dua narasumber yang mengatakan setuju terkait makna *soft masculinity* dalam *music video* tersebut, tetapi dua narasumber lainnya pun tidak menolak makna itu dan menambahkan pemahamannya mengenai sistem kebudayaan yang berlaku. persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan *music video* sebagai fokus penelitian dan mengkaji makna maskulinitas dalam *music video* tersebut serta penggunaan teori yang sama akan menjadi penguat dalam penelitian ini. tetapi ada pula perbedaan dalam kedua penelitian ini adalah penelitian ini hanya berfokus pada satu *music video* saja, sehingga tidak ada perbandingan mengenai makna maskulinitas dan *soft masculinity* dalam sebuah *music video* tersebut.

Penelitian ketiga yang digunakan berjudul, “Dekonstruksi Maskulinitas dan Feminitas dalam Sinetron ABG Jadi Manten” skripsi yang ditulis Diyan Krissetyoningrum (2014). penelitian membahas mengenai Stereotip masyarakat terhadap maskulinitas laki-laki dan feminitas perempuan, serta membahas bagaimana gender dikonstruksikan oleh masyarakat terutama pada film jadi manten tersebut. hasil yang didapat bahwasanya gender itu tidak dominan, melainkan dapat berubah, karena segala sesuatu yang sama tidak selamanya sama, karena segala sesuatunya tidak ada yang benar-benar pasti. fokus pembahasan pada penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dibuat oleh peneliti memiliki objek yang sama yakni sama-sama membahas gender, sehingga penelitian

terdahulu ini dijadikan acuan untuk menjadi bagian dari referensi dalam pengerjaan penelitian ini.. tetapi terdapat pula perbedaan yang ada pada penelitian ini dengan penelitian yang sedang dikerjakan peneliti ini, yakni gender yang dibahas dalam penelitian terdahulu ini merupakan gender yang menitik fokuskan pada keduanya yakni laki-laki dan perempuan, sedangkan penelitian yang sedang dikerjakan peneliti ini memfokuskan pada gender seorang lelaki saja, sehingga membuat titik fokus pembahasan lebih sempit dari sebelumnya.

Penelitian terdahulu keempat “Maskulinitas dan Perempuan: Resepsi Perempuan terhadap Soft Masculinity dalam Variety Show” penelitian ini ditulis oleh Sekar Hayu Rifna Kartika & Yudha Wirawanda (2019), yang dikeluarkan oleh jurnal komunikasi vol. 1, pada Februari 2019:23-41 metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara. penelitian yang membahas yaitu bagaimana penerimaan khalayak terhadap soft masculinity yang ditampilkan dalam variety show, hasil yang diperoleh dari melakukan penelitian ini adalah menjelaskan bahwasanya *soft masculinity* tetap merupakan maskulinitas tetapi merujuk ke sisi yang lebih lembut, tetapi dengan begitu bukan demikian bahwa *soft masculinity* bukanlah feminim. dan informan menjelaskan bahwa *soft masculinity* merupakan trend dan budaya yang sedang berkembang, sehingga maskulin pun berubah berdasarkan budaya yang berkembang saat ini. persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang diteliti sama-sama menjelaskan teori *soft masculinity*, dan resepsi analisis audience. tetapi yang menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya adalah objek pembahasannya yang masih menggunakan Variety Show sehingga cakupan pembahasan maskulinitas lebih luas.

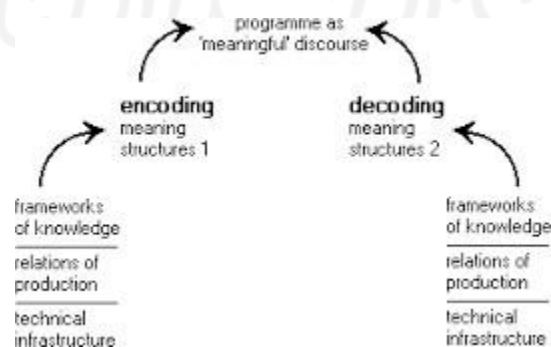
Penelitian terakhir yang menjadi acuan dalam pembuatan penelitian ini berjudul “Dekonstruksi Makna Maskulinitas pada *Trend Korea Pop (KPOP)* Sebagai Praktik Identitas Remaja” disusun oleh Uliviana Restu Handaningtyas, Ika Ariana Indriany, Husnan Nurjuman (2018) jurnal ini bersumber dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. penelitian yang menggunakan metode pendekatan kualitatif ini menjelaskan bagaimana korean wave berkembang di dunia, serta bagaimana makna maskulinitas yang dikonstruksi oleh *boyband* Kpop tersebut. dimana adanya perbandingan yang didapat dalam penelitian ini yaitu perbandingan antara dua *music video* pada dua *boyband*. sehingga mendapatkan hasil bahwa penafsiran yang dilakukan remaja tersebut tidak sepenuhnya konstruksi oleh mereka, melainkan mereka memproyeksikan berdasarkan kebenaran yang diyakininya. perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini dan penelitian yang sedang peneliti kerjakan adalah bedanya subjek peneliti, dimana subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja random yang tidak memiliki basic menyukai atau mengikuti perkembangan kpop, sehingga

dapat dipastikan memiliki perbedaan hasil dalam pembahasan selanjutnya. sedangkan persamaan yang diberikan dalam penelitian terdahulu ini adalah penelitian ini menggunakan *music video* sebagai objek teliti, sehingga bisa menjadi acuan peneliti dalam membandingkan penelitiannya.

F. Kerangka Konsep

1. Analisis resepsi

Analisis resepsi merupakan teori yang mempelajari bagaimana audiens menerima dan memaknai pesan yang dikirim melalui media. “Teori resepsi pula menjelaskan tentang proses *decoding*. proses tersebut merupakan proses di saat khalayak menangkap pesan lalu pesan tersebut akan diproses untuk dimaknai” (Stuart Hall, McQuail, 1997, p.101). Dimana “Audiens menurut prespektif kajian media dan budaya adalah istilah yang merujuk pada orang-orang yang diterpa oleh atau, menanggapi kebudayaan media” (Stokes,2003, hal.146). Menurut latar belakang serta pengalaman di lingkungan seseorang pun menentukan bagaimana orang itu dalam menerima pesan atau interpretasi pesan tersebut. sehingga audiens bisa memiliki pemikiran yang berbeda setiap orangnya terhadap pemaknaan teks tersebut. teks media yang diterima oleh audiens memiliki makna ketika saat khalayak melakukan penerimaan atau *reception*. Sedangkan “masyarakat membawa kompetensi kultural yang telah didapatkan sehingga dapat dikemukakan dalam teks, sehingga audiens akan membentuk maknanya tersendiri dengan berlainan.” (Barker, 2013). Pada penelitian yang sedang berlangsung ini, khalayak tepatnya EXO L Jogja bisa dikatakan sebagai produsen makna yang berperan aktif. Sehingga dalam penayangan dua *music video* tersebut khalayak dapat menerima dan menyimpulkan makna akan video tersebut secara berbeda-beda sesuai dengan latar belakang dan pengalaman khalayak tersebut.



Gambar 1.1 Analisis Resepsi Stuart Hall

(sumber : Stuart Hall teori)

Decoding yang di jelaskan oleh Morrison ketika menerangkan tentang studi kultural oleh Stuart Hall (2010:170) yakni ketika khalayak melakukan decoding itu melibatkan persepsi, pemikiran, dan interpretasi. Dalam proses *decoding*, faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan juga pengalaman dalam komunitas mempengaruhi khalayak saat memaknai pesan. *Encoding* merupakan sebuah penyampaian pesan dengan memberikan kode tertentu, sedangkan *decoding* merupakan penerimaan kode tersebut menjadi sebuah makna tertentu. Hal tersebutlah yang menjadi dasaran awal terciptanya teori resepsi ini. Menurut Hall, penerimaan pesan yang dilakukan audiens terbagi menjadi 3 bagian, antara lain :

1. Dominan

Dominan adalah Dominan bisa diastikan dengan proses khalayak menerima pesan yang disampaikan media dengan penuh atau apa yang media sampaikan sesuai dengan apa yang diterima audiens. Dalam hal ini proses komunikasi bisa dikatakan komunikasi sempurna.

2. Negosiasi

Negosiasi menjelaskan “penonton yang mencampurkan interprestasinya dengan pengalaman sosial yang mereka punya. Sehingga penonton atau audiens yang memasuki kedalam kelompok negosiasi bertindak antara adaptif dan oposisi terhadap interprestasi pesan” (Rchma ida,179). Bisa diartikan juga dengan cara audiens dalam penerimaan isi pesan yang disampaikan media, dimana isi pesan tersebut tidak secara utuh diterima oleh khalayak, atau dengan kata lain khalayak masih menimang isi pesan tersebut.

3. Oposisi

Penerimaan isi pesan terakhir yang diterima audiens adalah oposisi, posisi dimana “khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus tertentu” (Morissan, 2015:550). Selain itu oposisi bisa diartikan dengan posisi dimana ketika pesan yang disampaikan media ditolak secara utuh oleh khalayak, dengan demikian pesan tersebut tidak memenuhi kebutuhan dari khalayak, makna tersebut disebut dengan oposisi.

Tiga makna penerimaan ini muncul serta merta karena adanya pemaknaan dari audiens yang mungkin juga dikarenakan oleh berbagai faktor, misal latar belakang seperti kelas sosial, pendidikan, budaya, jenis kelamin, pengalaman, umur, dan pengetahuan yang dimiliki *audience*.

Teori ini pesan yang disiarkan melalui media tersebut bukan hanya berupa teks, melainkan terdapat intertekstualitas dan konteks. Ricoeur menjelaskan bahwa teks adalah sebuah wacana yang telah diubah dan disepakati dalam bentuk tulisan. Sehingga “pesan adalah peristiwa pelembagaan dan fiksasi dari sebuah teks yang diubah dalam bentuk lisan maupun tulisan” (Hidayat dalam Sobur, 2001, p.53). menjelaskan “semua bentuk bahasa, yakni bukan hanya kata yang tercetak di lembar kertas saja, melainkan semua jenis ekspresi komunikasi, musik, ucapan, gambar, suara, efek, citra dan yang lainnya itu adalah makna dari teks” (Eriyanto, 2001, p.289). dengan demikian pemaknaan yang diberikan dalam *music video Obsession* tersebut teks yang dapat dilihat adalah visual sang aktor dari dalam *music video* itu.

2. Maskulinitas

Konsep maskulinitas adalah bentuk dari konstruksi kelelakian seorang lelaki. “Konsep maskulinitas berkembang seiring dengan perkembangan zaman” Beynon dalam bukunya *masculinities and culture* (Nasir 2007:2). Seperti yang dikatakan beliau melaksanakan penelitian mengenai maskulinitas, maskulinitas seiring waktu menciptakan perubahan dimulai sebelum tahun 1980 dimana laki-laki yang dimaksud adalah seorang pekerja yang berdiri tegak sehingga mendominasi dari kaum perempuan. atau laki-laki dikatakan sebagai laki-laki maskulin apabila lelaki tersebut memiliki “*garwo* (istri), *bondo* (harta), *turonggo* (kendaraan), *kukilo* (burung peliharaan), dan *pusoko* (senjata atau kesaktian)” berikut yang dikatakan (Osella & Osella, 2000: 120). Maskulin adalah sosok laki-laki sebagai *new man*.

“Newman yang dimaksud ialah laki-laki memiliki sifat alamiahnya seperti rasa perhatian kepada wanitanya, serta membahagiakan wanitanya. serta tumbuhnya keinginan yang kuat dari dalam laki-laki untuk ikut mendukung kegiatan perempuan juga melibatkan peran dari laki-laki di daerah kawasannya. hal tersebut biasanya tidak berasal dari laki-laki biasa melainkan laki-laki dari kelas menengah ke atas dimana mereka memiliki jenjang pendidikan yang cukup baik dari biasanya” (Beynon, dalam Nasir, 2007: 3).

Tiba di era 2000an maskulinitas lelaki mulai berkembang, dimana laki-laki mulai memiliki kekhasan dan semakin menunjukkan sesuatu istilah-istilah tertentu. Istilah tersebut mulai berkembang berdasarkan pergerakan budayanya. sebutan lelaki pada tahun ini disebut sebagai metroseksual. Dimana lelaki mulai mengagungkan fashion yang beredar, laki-laki dengan gaya hidup yang teratur, serta sangat perfeksionis.

Dengan berkembangnya makna dan budaya secara terus menerus. Makna maskulinitas pun mengikuti perubahan budayanya, sehingga di tahun 2001 makna maskulin pun mulai bergerak seperti yang dikatakan oleh Barker

“makna maskulin itu merupakan bentuk sebuah konstruksi sifat “kelelakian” yang ada pada diri lelaki. bahwasanya laki-laki tersebut tidak memiliki dasar atau sifat secara maskulin dari alam bawah sadarnya, melainkan sifat maskulin akan terbentuk pada diri lelaki berdasarkan dari perkembangan kebudayaan yang ada. dengan perkembangan kebudayaan tersebutlah yang menentukan sifat akhir dari maskulin laki-laki atau perempuan. Secara umum, makna maskulinitas tradisional tersebut menjunjung tinggi nilai kekuasaan, kendali, aksi, kemandirian, kesetiakawanan, kekuatan laki-laki serta sifat kerja kerasnya” (Barker, 2001).

Makna maskulinitas pun merupakan sebuah makna yang selalu berubah-ubah yang berhubungan dengan laki-laki, sehingga hal tersebut menciptakan makna dan definisi yang berbeda di setiap individu berdasarkan kebudayaan dan waktu secara terus menerus, hal tersebut dikatakan oleh Kimmel tahun 2005. Berbeda dengan apa yang dikatakan dengan Morgan yang dikutip dalam Beynon, 2007 menyebutkan “*what is masculinity is what men and woman do rather than what they are*” yang berarti bahwa maskulinitas adalah apa yang dilakukan oleh laki-laki dan perempuan.

Sifat kelelakian seorang lelaki memiliki perbedaan di setiap kebudayaan. Hal tersebut didasari dengan konstruksi kebudayaan yang ada tempatnya. Seperti halnya sifat kelelakian dari budaya timur yang memiliki dasar kebudayaan di mana halnya dari seorang anak lelaki yang baru lahir ke dunia telah diberikan beban berupa norma kebudayaan serta kewajiban yang akan ditanggungnya kelak sebagai anak laki-laki dari keluarga.

Dari banyaknya definisi yang mengartikan makna maskulinitas, dalam penelitian ini yang menjadi landasan teori maskulinitas adalah landasan teori Barker dimana bahwasanya makna maskulinitas tersebut tidak tertanam dalam diri individu tersebut, melainkan sifat maskulinitas tersebut ada akibat adanya tingginya rasa kekuasaan, kerja keras, hingga

tanggung jawab seorang lelaki yang diiringi dengan perkembangan zaman hingga kebudayaan.

Selain makna maskulinitas yang dibahas tersebut memiliki pandangan teori yang berbeda tiap tahunnya. Sehingga menciptakan sifat atau karakteristik yang kuat dari makna maskulinitas seperti yang dikemukakan oleh David dan Brannon (dalam Demartoto, 2010) yang menyebutkan bahwa maskulinitas memiliki sifat, antara lain:

- a. Lelaki dikatakan maskulin apabila ia tidak menggunakan barang perempuan, serta menghindari perilaku seperti halnya perempuan (*No Sissy Stuff*). Lelaki maskulin memiliki kedudukan serta pangkat yang penting. Karena dengan tingginya pangkat dan kekuasaan seorang lelaki dapat menjadi landasan kesuksesan laki-laki tersebut, serta dapat diukur pula tingkat tanggung jawab seorang lelaki tersebut atau (*Be a Big Wheel*).
- b. Memiliki tingkat kekuatan. Kelelakian membutuhkan tingkat rasionalitas yang tinggi serta dapat unjuk kekuatan dan mengatur emosi yang ia punya (*Be a Sturdy Oak*).
- c. Menunjukkan keberanian, sifat lelaki yang mampu melindungi perempuan serta mampu mengambil risiko merupakan sifat maskulin yang ada di dalam individu lelaki (*Give em Hell*).

Berbeda pada tahun 1980 Beynon (dalam Nasir dalam Demartoto, 2009:5) mengemukakan makna dan sifat karakteristik dari maskulin seperti berikut:

- a. *New Man as Nurturer*. Laki-laki sebagai makhluk yang mempunyai rasa perhatian. Laki-laki harus mempunyai sosok kelembutan di balik karakternya, yakni mempunyai sifat seorang bapak.
- b. *New man as carcissist* adalah sekumpulan atau kelompok laki-laki yang berasal dari generasi zaman hippies (Tahun 60-an) yang tertarik pada gaya pakaian era music pop yang sering dikaitkan dengan maskulinitas dan konsumerisme. Berkiblat kepada gaya hidup yuppies dan parlente yang mengekspresikan gaya seolah tampak sukses dari segi pakaian dan kendaraan yang digunakan.

Dalam bukunya Demartoto (2009:8) sendiri memiliki delapan pemahaman lain terkait sifat pria maskulin tersebut:

- a. *No Sissy Stuff*, seorang laki-laki tidak boleh menganut perilaku seperti perempuan.

- b. *Be a Big Wheel*, maskulinitas seorang laki-laki dilihat dari kesuksesan, kekuasaan dan pengakuan dari orang sekitar.
- c. *Be a Sturdy Oak*, sifat laki-laki yang harus rasionalitas, kekuatan fisik dan jiwa dan kemandirian.
- d. *Give em Hell*, laki-laki harus memiliki sifat berani, agresif dan tidak takut mengambil resiko.
- e. *New man as Nurturer*, Laki-laki yang memiliki sisi kelembutan baik sebagai seorang bapak atau sebagai seorang lelaki diatas perempuan.
- f. *New Man as Narcissist*, laki-laki yang menunjukkan sisi maskulinitas dengan gaya hidup *yuppies* dan *perlente*.
- g. *The New Lad*, laki-laki yang tingkat maskulinitasnya diukur dari karakter macho, suka kekerasan, hooliganism. Laki-laki yang hidup pada dunia sepak bola, seks, mengutamakan *leisure time*, dan bersenang senang dengan teman laki-laki dan perempuan.
- h. Laki-laki metroseksual adalah laki-laki yang memperhatikan gaya berpakaian, memperhatikan gaya hidup dan cenderung perfeksionis.

Dari delapan sifat dan karakter lelaki maskulin yang disebutkan dalam buku Demartoto (2009:8) dapat memperkuat pemahaman terkait makna maskulinitas tersebut. Sehingga, dapat membantu pemahaman lebih lanjut para audiens dan masyarakat lainnya.

3. Penggemar

Penggemar menurut KBBI, berasal dari kata “gemar” yang berarti “sangat menyukai” sehingga dapat dikatakan “penggemar adalah orang yang terlalu menyukai sesuatu seperti olahraga, kesenian, hingga kuliner” (Lewis,1992). Penggemar atau *fandom* merupakan faktor terpenting dari objek yang digemari. Penggemar bisa diartikan dengan sekelompok manusia yang berkumpul menjadi satu dengan dasar pemikiran dan kesukaan terhadap sebuah objek yang sama. Kecintaannya terhadap suatu objek tersebut bisa dalam taraf mengagumi yang biasa saja hingga taraf yang sangat antusias. Kecintaan seorang penggemar terbentuk terhadap kesukaannya terhadap seni, olahraga, hingga tokoh penting serta bintang layar kaca.

Penggemar dapat diartikan pula dengan “pengikut yang terlalu antusias atau lebih mengarah kepada rasa obsesi kepada seorang bintang, artis, selebritis, grup musik, film, atau

acara tv. sehingga seorang penggemar pun bisa memberikan informasi yang terbaru mengenai hal-hal yang di gemarinya” (Hills, 2002). Dilihat dari kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggemar adalah seorang yang menyukai sesuatu secara berlebihan yang merujuk ekstrim dengan maksud untuk mencari hal-hal atau informasi yang berkaitan dengan idolaanya.

Para penggemar pun pada umumnya memiliki situs *online* khusus yang hanya membahas seputar objek kesukaannya tersebut. Dari penggunaan situs *online* tersebut membuat secara perlahan penggemar dapat mengumpulkan massa yang memiliki satu latar belakang yang sama akan kecintaannya terhadap objek yang mereka bahas tersebut.

Pada umumnya penggemar memiliki komunitas kecil yang tersebar di beberapa media *online* hingga *offline*. Seperti penggemar yang berada di dalam satu wilayah yang sama, penggemar yang mengikuti satu akun media sosial yang sama, dan banyak pembagian lainnya. Dengan adanya hal tersebutlah yang membuat mereka dapat berinteraksi sesama penggemar satu dengan penggemar lainnya. Tak hanya putus di situ saja, untuk membentuk rasa kedekatan dengan penggemar lainnya mereka tidak segan segan untuk saling membuat sebuah *event* kecil yang mana *event* tersebut hanya membahas seputar idola atau objek yang mereka gemari tersebut.

Selain hal berikut yang mereka lakukan untuk mempererat kedekatan mereka antar sesama penggemar, para penggemar pun melakukan beberapa hal untuk menunjukkan rasa antusiasme mereka dengan melakukan penelitian dan pembuatan majalah penggemar, memiliki barang-barang seputar objek yang digemari, menulis artikel ataupun surat untuk objek yang digemari, membentuk seni penggemar, serta ikut dalam mempromosikan objek yang digemari tersebut.

Sebagai penggemar yang terlalu fanatik terhadap idolanya dapat disebut dengan sebutan “penggemar halu”. Julukan tersebut terbentuk karena tingginya tingkat halusinasi dari penggemar tersebut. Sehingga mereka tidak bisa membedakan yang mana dunia nyata maupun dunia khayalan yang mereka buat dalam pikir mereka. Penggemar yang terlalu fanatik tersebut memiliki kecenderungan akan tingkat obsesi yang sangat tinggi hingga rasa ingin memiliki idolanya tersebut untuk dijadikan pasangan hidupnya pun dapat terlintas di pola pikirnya.

G. Metodologi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna resepsi dari berbagai individu dalam melihat sebuah music video yang memiliki tema dan karakteristik visual yang sangat berbeda. Dimana individu yang diteliti memiliki latar belakang yang sama yakni merupakan para pecinta EXO. dengan subjek peneliti yang telah memiliki karakteristik yang ditentukan sebelumnya akan lebih mudah untuk membantu penyelesaian dari rumusan dalam penelitian ini yakni, bagaimana Resepsi Maskulinitas EXO dalam *music video Obsession*” Oleh EXO L Jogja.

Untuk mengetahui makna penerimaan pesan yang diberikan oleh narasumber, dalam sebuah penelitian yang berbasis resepsi analisis, peneliti dapat mengetahui makna penerimaan tersebut dengan melewati proses yang disebut dengan *encoding decoding*. karena, awal mula terbentuknya makna penerimaan pesan adalah proses tersebut. dimana komunikator membuat sebuah pesan dengan karakteristik dan kode tertentu dan diberikan kepada komunikan, proses berikut disebut dengan encoding. setelah komunikan menerima pesan tersebut, mereka akan menerima kode dan memaknai pesan yang diterima dimana proses tersebut disebut dengan decoding.

Dari proses *encoding* dan *decoding* tersebut membuat peneliti dapat menemukan hasil dari penelitian ini. Karena pesan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang dikeluarkan oleh grup boyband EXO yang memiliki isi dan tema video yang berbanding terbalik dari video yang ada sebelumnya, sehingga narasumber dapat memiliki pemikiran yang berbeda dari setiap orangnya dalam memahami atau memaknai sebuah pesan.

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall. Dimana, menurut Stuart Hall resepsi analisis yang bermula dengan lahirnya konsep *encoding decoding*. Dijelaskan bahwa resepsi analisis merupakan proses pembuatan pesan yang menggunakan sebuah kode (*encoding*), serta proses penerimaan dan pemaknaan kode tersebut (*decoding*). Hasil dari penerimaan dan pemaknaan tersebut akan menentukan hasil dari tipe penerimaan pesan, hasil penerimaan pesan menurut Stuart Hall terbagi menjadi 3 tipe yang akan diberikan oleh audiens, yakni tipe dominan, negosiasi, dan

oposisional. Metode ini dijadikan pilihan karena sesuai dengan bagaimana audiens memilih dan menentukan pemaknaannya sesuai dengan latar belakang pemikirannya sendiri.

2. Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* ialah cara peneliti untuk menentukan responden dalam mengambil sampel yang telah ditentukan oleh peneliti. *purposive sampling* adalah “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu” (Sugiyono 2010). Dengan hal ini menjadi pilihan peneliti untuk mengumpulkan sampel dalam pembuatan penelitian ini. Teknik *purposive sampling* tersebut merupakan teknik peneliti dalam pengambilan sampel dengan cara menentukan ciri-ciri khusus yang mana ciri-ciri tersebut sesuai dengan tujuan dari penelitian atau yang disebut dengan (*non random sample*).

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki ciri khusus untuk responden yang nantinya akan dapat menjawab penelitian ini yakni merupakan anggota dari para fans dari boyband EXO dan merupakan anggota dari EXO L Jogja, lalu berdomisili di kota Jogja, mengikuti akun *fanbase* di instagram @EXO Ljogjaofficial, range usia 19-26 tahun. Sehingga peneliti menemukan sembilan narasumber yang memiliki ciri-ciri tersebut dan yang akan digunakan sebagai subjek dalam penelitian ini yaitu narasumber Zella, Nabillah, Sifra, Icha, Ana, Och, Jezzy, Ema, dan narasumber Kartika.

3. Jenis Data

Data primer adalah jenis data akhir yang didapat dalam hasil pengumpulan data dalam penelitian ini. Dimana diperoleh langsung dari narasumber dari hasil melakukan wawancara langsung yang berupa informasi data diri dari narasumber serta hasil dari beberapa pertanyaan yang telah dilontarkan oleh peneliti. Selanjutnya, jenis data sekunder. dimana data sekunder yang diperoleh adalah hasil dari pengumpulan informasi yang diperoleh oleh peneliti dari pencariannya di buku, website, hingga teori yang ada.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk pengerjaan penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara dengan dasar pertanyaan resepsi analisis terhadap video musik *Obsession* tersebut dengan melakukan wawancara kepada subjek penelitian yaitu penggemar boyband EXO yang berdomisili di kota Jogja yakni EXO L Jogja. wawancara

dilakukan secara langsung. Dimana wawancara perorangnya berdurasi kurang lebih selama 30 menit per orangnya dengan butir pertanyaan yang sama, dan lokasi wawancara dilakukan pada tempat tinggal narasumber, kedai kopi, hingga toko buku.

5. Tahapan Penelitian

- a. Pembuatan Proposal : Peneliti memulai dengan pembuatan proposal penelitian yang di mulai pada peneliti menduduki semester 7 hingga berakhir pada semester 8 pada masa perkuliahannya. Proposal tersebut kelak berisi seputar penjelasan latar belakang subjek dn objek, hingga temuan data dan pembahasan akhir.
- b. Pembuatan pertanyaan penelitian : Pada tahapan ini peneliti membuat rancangan pertanyaan wawancara yang di bimbing oleh dosen pembimbing dalam pembuatannya.
- c. Wawancara : Setelah pertanyaan wawancara telah selesai dan telah mendapatkan izin untuk terjun dalam melakukan wawancara, peneliti melakukan wawancara terhadap kesembilan narasumber terpilih secara *luring* dengan lokasi wawancara di rumah narasumber, toko buku, hingga kedai kopi. Proses wawancara narasumber dilakukan selama sembilan hari dengan durasi wawancara kurang lebih 30 menit per narasumber.
- d. Pemilihan Data : Pada proses pemilihan data ini, peneliti melakukan transkrip wawancara selama beberapa hari, peneliti melakukan transkrip wawancara secara satu persatu dari narasumber. Selain transkrip wawancara, peneliti melakukan pembacaan dan pemahaman sehingga peneliti dapat memilih jawaban narasumber yang sekiranya bisa di gunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.
- e. Penarikan Kesimpulan : Tahap akhir dari melakukan wawancara tersebut adalah penarikan kesimpulan yang akan di tulis di dalam skripsi. Dari pertanyaan yang diberikan peneliti kepada audiens, peneliti dapat menganalisis data hasil wawancara tersebut dengan menggunakan analisis kualitatif. proses penganalisa data dilakukan disaat peneliti telah selesai melakukan kegiatan wawancara mendalam kepada subjeknya kemudian, dilanjutkan dengan memahami hasil data yang didapat sehingga peneliti dapat merangkum dan mengambil point wawancara dan mengelompokannya

ke dalam tipe penerimaan pesan yang ada yakni respon dominan, negosiasi, atau oposisional.

Pengelompokan yang dimaksud berdasarkan hasil apabila audiens setuju dengan makna video tersebut maka akan di masukan kedalam kelompok dominan. lalu apabila audiens bersifat netral kode yang terdapat dalam video tersebut, peneliti akan mengelompokkannya ke dalam tipe penerimaan pesan negosiasi. terakhir apabila audiens tidak setuju dengan makna pesan yang terdapat dalam video tersebut maka akan di masukan kedalam tipe penerimaan pesan oposisional. pengelompokan tersebut didasari dengan makna dari audiens itu sendiri dalam membaca dan menerima pesan.



BAB II

GAMBARAN UMUM

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan lebih rinci mengenai Subjek dan Objek yang dibahas di penelitian ini. Hal tersebut berkaitan dengan *Grup Boy Band Korea Selatan* yakni EXO, dimana membahas lebih detail mengenai music video yang menjadi topik pembahasan ini, yakni music video *Obsession*. Serta membahas mengenai penggemar dan EXO L yang menjadi subjek dari penelitian ini.

1. EXO

EXO (엑소) adalah boy grup asal Korea Selatan yang dibentuk pada tahun 2011 oleh salahsatu agensi besar di Korea Selatan yaitu SM *Entertainment*. Ditahun 2012 EXO memulai awal karirnya dengan debut di pertamanya pada bulan Agustus 2012 di Korea Selatan. Nama EXO diambil dari kata EXO planet sebuah istilah untuk menyebut planet di luar Tata Surya. EXO dikenal dengan grup musik yang menggabungkan genre seperti pop, *hip-hop*, dan *R&B*, juga dipadukan musik *dance electronic* seperti *house*, *trap*, dan *synth-pop*.



Gambar 2.1 Logo EXO

(Sumber : Pinterest.com)



EXO merupakan grup yang memiliki konsep dalam setiap perilisan album. Setiap kali EXO merilis dan menampilkan musik dalam 3 bahasa yaitu bahasa Korea, Mandarin, dan Jepang. Dengan kepopuleran yang EXO miliki serta dengan karya nya yang banyak menuai pujian. Grup ini dinobatkan sebagai grup yang paling berpengaruh berdasarkan

daftar *Forbes Korea Power Celebrity* dari tahun 2014 hingga 2018 dimana EXO merupakan salah satu dari lima selebriti yang ada di dunia, dan telah EXO pun telah dinobatkan sebagai *boy grup* terbesar di dunia dan *King Kpop* oleh outlet media.

Sejak tahun 2014 EXO tampil secara eksklusif sebagai satu grup yang menampilkan dan menciptakan karya nya secara konsisten dengan menggunakan tiga bahasa tersebut. hal tersebut memiliki daya tarik tersendiri untuk penggemar dari tiga negara tersebut. Grup ini memulai pertunjukannya dengan mengenalkan 12 personil nya yang terdiri dari: Suho, DO, Lay, Xiumin, Chanyeol, Sehun, Kris, Luhan, Kai, Chen, Baekhyun, dan Tao, Berikut disertakan biodata singkat member:

Member	Biodata
	<p>Nama Panggung: Suho (수호)</p> <p>Nama Lahir: Kim Jun Myeon (김준면)</p> <p>Posisi: <i>Leader, Lead Vokalis</i></p> <p>Tanggal Lahir: 22 Mei 1991</p> <p>Kewarganegaraan: Korea Selatan</p>
	<p>Nama Panggung: Xiumin (시우민)</p> <p>Nama Korea: Kim Min Seok (김민석)</p> <p>Posisi: <i>Lead Vocalist, Lead Dancer, Rapper</i></p> <p>Ulang Tahun: 26 Maret 1990</p> <p>Kebangsaan: Korea</p>
	<p>Nama Panggung: Chen (첸)</p> <p>Nama Korea: Kim Jong Dae (김종대)</p> <p>Posisi: <i>Vokalis Utama</i></p> <p>Tanggal Lahir: 21 September 1992</p> <p>Kewarganegaraan: Korea Selatan</p>

	<p>Nama Panggung: Chanyeol (찬열)</p> <p>Nama Lahir: Park Chanyeol (박찬열)</p> <p>Posisi: <i>Main Rapper, Vokalis</i></p> <p>Tanggal Lahir: 27 November 1992</p> <p>Warga Negara: Korea</p>
	<p>Nama Panggung: Baekhyun (백현)</p> <p>Nama Lahir: Byun Baek Hyun (변백현)</p> <p>Posisi: <i>Main Vocalist</i></p> <p>Tanggal Lahir: 6 May 1992</p> <p>Warga Negara: Korea</p>
	<p>Nama Panggung: Lay (레이)</p> <p>Nama China: Zhang Yixing (张艺兴)</p> <p>Nama Korea: Jang Ye Heung (장예흥)</p> <p>Posisi: <i>Dancer Utama, Vokalis</i></p> <p>Tanggal Lahir: 7 Oktober 1991</p>
	<p>Nama Panggung: D.O (디오)</p> <p>Nama Asli: Do Kyung Soo (도경수)</p> <p>Posisi: <i>Vokalis Utama</i></p> <p>Tanggal Lahir: 12 Januari 1993</p> <p>Kebangsaan: Korea</p>
	<p>Nama Panggung: Kai (카이)</p> <p>Nama Asli: Kim Jong In (김종인)</p> <p>Posisi: <i>Main Dancer, Vokalis, Rapper, Face of The Group</i></p> <p>Tanggal Lahir: 14 Januari 1994</p>

	Warga Negara: Korea
	<p>Nama Panggung: Sehun (세훈)</p> <p>Nama Kelahiran: Oh Sehun (오세훈)</p> <p>Posisi: Penari Utama, <i>Rapper</i>, <i>Sub-Vocalist</i>, Visual, <i>Maknae</i></p> <p>Ulang Tahun: 12 April 1994</p> <p>Kebangsaan: Korea</p>
	<p>Nama Panggung: Kris Wu</p> <p>Nama Asli: Wu Yifan (吴亦凡)</p> <p>Tanggal Lahir: 6 November 1990 (ex-member EXO)</p>
	<p>Nama Panggung: Luhan (鹿晗)</p> <p>Nama Asli: Luhan (鹿晗)</p> <p>Tanggal Lahir: 20 April 1990 (ex-member EXO)</p>
	<p>Nama Panggung: Z.Tao</p> <p>Nama Cina: Huang Zitao (黄子韬)</p> <p>Tanggal Lahir: 2 Mei 1993 (ex-member EXO)</p>

Tabel 2.1 Biodata member EXO

Pengenalan single pertama mereka yaitu berjudul “*What is love*” single tersebut dirilis pada 30 Januari 2012. Tetapi pada saat perilisan single pertama, EXO tidak banyak mendapatkan perhatian dari para penonton kpop di Korea Selatan. Tanpa rasa menyerah mereka pun merilis kembali single mereka yang berjudul “*History*” dengan konsep lagu yang lebih fantasi dan dibawakan dengan lantunan musik yang cukup energik membuat single tersebut dapat menarik telinga konsumen kpop pada saat itu. Sehingga showcase pun digelar

pada 30 Maret 2012 dan cukup banyak menghadirkan penonton pada kala itu. Dengan sekitar 3000 pengunjung yang dapat berhasil mendapatkan tiket untuk bertemu dengan bintang baru tersebut.

8 April 2012 kemudian EXO mengeluarkan album debut nya yang berjudul “mama” dengan banyak mendapatkan respon baik dari para pendengarnya. Kemudian pada tahun 2013 keduabelas member *comeback* dengan mengeluarkan album barunya yang berjudul XOXO, Growl dan MID. Dengan kesuksesan dan ketenaran karyanya, mereka mendapatkan banyak respon baik dari penggemar EXO di dunia. Sehingga mereka berhasil mengukir sejarah baru pada dunia KPOP dengan menjadi “*Million seller album*” karena tingginya jumlah penjualan album pada tahun 2013 tersebut.

Tahun 2014 mereka kembali mengeluarkan album berjudul “*Overdose*” yang mana album tersebut dapat menyapu bersih *chart* tertinggi pada tangga lagu Korea dan China. tetapi dibalik keberhasilan mereka dalam mengeluarkan album tersebut, mereka pun kehilangan 2 member mereka sekaligus yakni Kriss dan Luhan. Dimana mereka keluar dikarenakan memiliki hubungan yang tidak baik dengan agensi SM *Entertain* tersebut. Meski demikian di tahun 2015 mereka *comeback* kembali dengan album barunya yang berjudul “*Exodus*” walaupun album tersebut tetap mengalami peningkatan pembelian dan mendapatkan banyak respon baik dari penggemar, mereka lagi-lagi mengalami pengurangan personel dikarenakan masalah yang sama seperti sebelumnya, yakni mereka terpaksa merelakan Tao untuk melanjutkan karir pribadinya. Hingga pada akhirnya mereka memiliki member final yang berjumlah sembilan orang hingga sekarang.

EXO merupakan boy grup Korea Selatan yang merupakan grup yang memiliki banyak prestasi dan penghargaan selama jenjang karir nya berlangsung. dimulai dari awal mereka debut hingga sekarang, tiap tahunnya mereka selalu mendapatkan penghargaan atas karya yang mereka keluarkan, seperti pada tahun 2012 EXO memenangkan berbagai penghargaan seperti: SBS *PopAsia Awards - Best Rookie Group (EXO)*, Tower Record (*Kpop Lovers! Awards*) - *Best Rookie of the Year (First-Half) (EXO)*, Tower Record (*Kpop Lovers! Awards*) - *Best Rookie of 2012 (EXO)*, Mengniu Music Billboard Festival - *Best Dressed Award (EXO)*, Mengniu Music Billboard Festival - *Most Popular Group of the Year (EXO-M)*. tak putus di tahun itu saja, di tahun 2013 EXO juga kerap memegang banyak penghargaan seperti: , *1st YinYueTai V-Chart Awards - Mainland China's Best Rookie Group (EXO-M)*, *13th Top Chinese Music Awards - Most Popular Group (EXO-M)*, *1st YinYueTai*

V-Chart Awards - Mainland China's Most Popular Artist (EXO-M), 2013 6th Top Chinese Music Billboard Awards - Most Popular Group of the Year (EXO-M), 6th Top Chinese Music Billboard Awards - Best Group Award (EXO), Golden Disk Awards - Newcomer Award (EXO-K) dan banyak penghargaan lainnya. hingga tahun tahun berikutnya pun EXO selalu menggenggam trofi penghargaan sebagai pemenang nominasi. hingga di awal tahun 2020 pun EXO mendapatkan penghargaan Bonsang (penghargaan utama), QQ Music Popular Kpop Artist Award, Popularity Award, dan Hallyu Star Award. penghargaan tersebut hanyalah beberapa penghargaan yang telah diraih grup EXO di dunia, dikarenakan masih banyak prestasi yang membanggakan yang dimiliki lainnya.



Gambar 2.2 EXO

(Sumber : Cewekbanget.grid.id)

a. Music Video Obsession

Dari banyaknya karya yang EXO keluarkan terutama dalam bentuk album. Album keenam dari grup EXO pun merupakan album yang banyak ditunggu penggemarnya karena merupakan album terakhir sebelum beberapa member akan istirahat sementara dikarenakan akan melakukan tugas negara yakni wamil. Selain itu, album *Obsession* tersebut merupakan album yang ditunggu para penggemarnya karena menampilkan tema yang berbeda dari album EXO yang pernah dikeluarkan sebelumnya.

Album *Obsession* terdiri dari sepuluh single di dalamnya dengan single utama nya yang berjudul *Obsession* tersebut. Dimana dalam album ini single *Obsession* lah yang menjad lagu pemasaran pada periode ini, dimana single ini memiliki musicvideo dan menjadi single highlight dari album tersebut. Album dan penyajian music video ini memiliki konsep yang sangat kompleks dimana pada *comeback* EXO kali ini, mereka memiliki

kloningan baru yakni EXO dan X EXO. Yang menjadi perbedaan dari dua kloningan yang menjadi fokus utama dari konsep album ini adalah, dimana “EXO” yang dimaksud merupakan penampilan konsep cowok yang merupakan agen rahasia dengan sifat formal, *cool*, dan lebih terkesan misterius dimana mereka didukung dengan penggunaan riasan yang terlihat natural serta pengemasan akhir dengan penggunaan kostum layaknya agen rahasia.



Gambar 2.3 EXO *Obsession*

(Sumber : kenal247.com)

Sedangkan makna “X EXO” digambarkan dengan konsep yang lebih *devil*, *whimsical*, *bad boy*, dan *wild!* dan dikemas dengan penggambaran member yang menggunakan pakaian yang lebih terbuka dan penggunaan riasan yang lebih gelap serta mencolok. hal tersebut yang membuat album keenam dari EXO tersebut merupakan album yang ditunggu tunggu oleh para penggemarnya, karena album yang dikeluarkan EXO tersebut merupakan album dengan konsep yang sangat menarik dan sangat berbeda dari yang ada sebelumnya.

Pada penelitian ini, pembahasan terdapat pada tampilan visual serta konsep sifat yang terjadi pada music video *Obsession* tersebut serta penampilan luar dari para member, seperti yang terjadi di beberapa *scene* dalam video yang menunjukkan adu kekuatan dari masing masing member.



Gambar 2.4 Cuplikan adegan *Obsession* sehung 1:30-1:35

(Sumber : Foto)

Selain dengan menunjukkan tingkat kekuatan dalam music video tersebut. hal yang mencolok dari *comeback* nya EXO tersebut adalah dalam music video nya tersebut, para member menggunakan banyak riasan pada wajah nya. diluar dari kebutuhan *performance* riasan yang digunakan cukup mencolok bahkan saat terlihat oleh kaca mata masyarakat yang bukan kpopers sekalipun.



Gambar 2.5 cuplikan adegan *Obsession* Baekhyun 1:49-1:53

(Sumber :Foto)



Gambar 2.6 visual member dalam video

(Sumber : inikpop.com)

Dilihat dari segi makna lagu *Obsession* tersebut. Lagu ini memiliki makna dimana perasaan muak seorang terhadap suatu hubungan yang dijalani nya. dan mereka tidak sadar akan posisi tersebut sehingga tertinggal lah rasa obsesi. Hal tersebut ingin mereka hentikan karena merasa mengganggu pikiran dari mereka.

2. EXO L

EXO L adalah kelompok penggemar salah satu grup yang berasal dari Korea Selatan yaitu EXO. EXO sendiri pada 5 Agustus 2014 mengumumkan kepada publik mengenai nama *fandom* mereka yaitu “EXO L”. Makna dari kata EXO L adalah “EXO Love” dimana *leader* dari EXO tersebut Suho menjelaskan bahwa huruf “L” bertempatan pula di tengah huruf “K dan M”. Sehingga, terdapat makna bahwa EXO L selalu berada di tengah-tengah EXO M dan EXO K, atau lebih tepatnya mereka semua selalu bergandengan dan bersama. Dimana hal tersebut berkaitan dengan slogan dari EXO yang berbunyi “We Are One EXO”.

Makna dari EXO L itu juga memiliki pemaknaan tersendiri dari masing-masing personil EXO seperti yang dikatakan oleh Suho dalam buku *EXO for you* menyatakan “mereka (EXO L) adalah malaikat untuk kami, dan aku sangat berterima kasih mereka hadir untuk kami. Walaupun hanya tersisa satu member yang berdiri diatas panggung, kami (EXO) akan tetap menghibur mereka” (EXO *Squad*. 2018:47).



Gambar 2.7 EXO L pada konser planet II

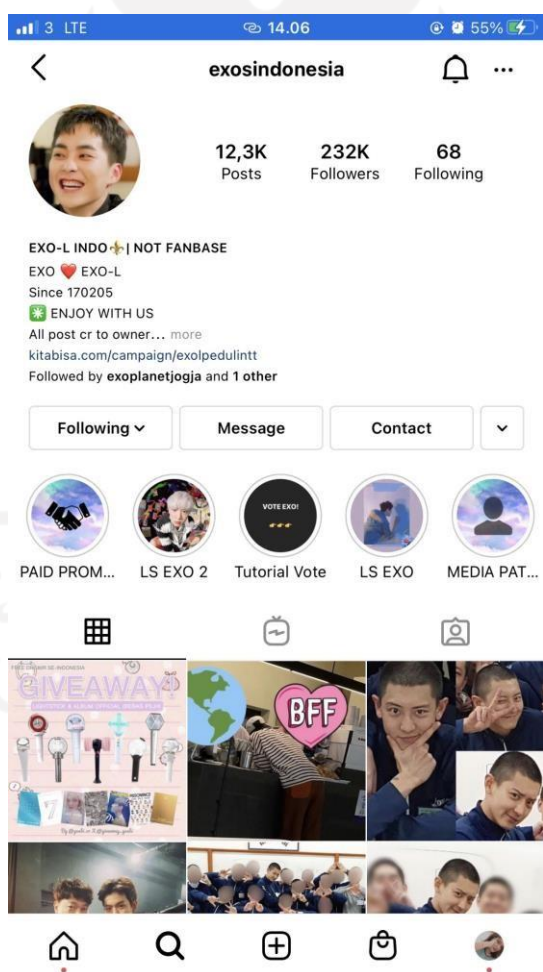
(Sumber : womantalk.com)

EXO L berkembang sangat cepat di seluruh dunia. Tidak hanya di Korea Selatan, penggemar EXO tersebut berkembang di berbagai wilayah Eropa dan Asia, salah satunya Indonesia yang merupakan bagian dari penggemar EXO terbanyak di dunia. Sebagai seorang penggemar *idol* kpop seperti *Idol* EXO tersebut, penggemar Kpop pun dikenal dengan dedikasi nya yang sangat tinggi di kalangan *idol*. Seperti mereka tak sungkan dengan membantu pembelian album, melakukan atau membuat acara ulang tahun para idolanya, memberikan hadiah kepada idola, dan melakukan hal-hal lainnya yang menyangkut finansial

maupun tidak, hal tersebut dilakukan karena banyaknya bukti yang beredar mengenai kelayakan dari para penggemar tersebut.

Dengan kelayakan dari para penggemar *idol* EXO tersebut, dengan kesamaan tujuan dan kecintaannya tersebut para penggemar Indonesia pun mulai bersatu dengan membuat komunitas di Indonesia berdasarkan domisili yang mereka tempati. Selain untuk menjalin silaturahmi dalam hal ini lah mereka bisa bersama-sama melakukan kegiatan mereka secara massal untuk menunjukkan cinta mereka kepada EXO. Seperti terbentuknya komunitas yang dimulai dari sebuah blog hingga berkembangnya media sosial seperti sekarang menggunakan *platform* Instagram.

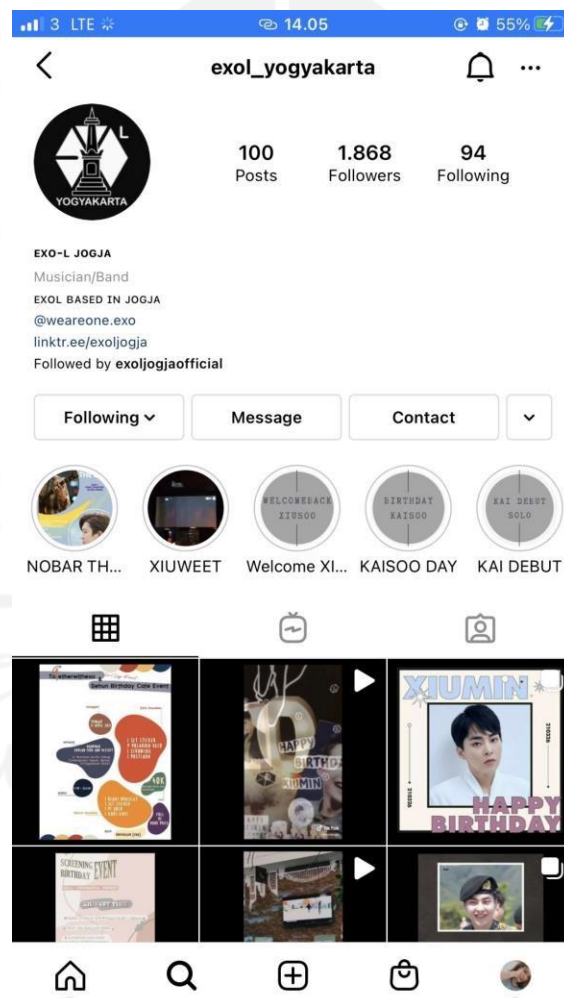
Banyaknya Komunitas penggemar EXO yang membuat komunitas seperti EXO L Indonesia, EXO L Jakarta, EXO L Yogyakarta, EXO L Jambi, EXO L Kalimantan, dan banyak komunitas lainnya yang berbasis di kota-kota di Indonesia.



Gambar 2.8 akun instagram EXO L-Indonesia

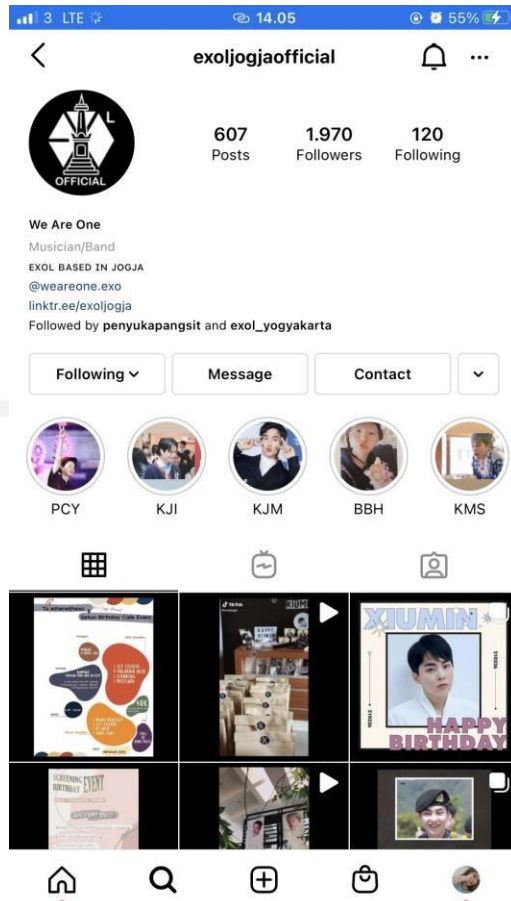
(Sumber : *Instagram*)

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil komunitas EXO L yang yang berdomisili di Yogyakarta sebagai subjek dari penelitian ini, yakni anggota dari @EXOLjogjaofficial dan @EXOL_Yogyakarta. Dimana kedua komunitas tersebut merupakan komunitas yang memiliki anggota yang sama dan merupakan komunitas yang berbasis di Jogja pertama di kota nya yang dibentuk pada tahun 2015 oleh ketua nya yang bernama Icha. *Event* yang diadakan oleh anggota tersebut tak pernah putus dan berkelanjutan, seperti melakukan perayaan hari-hari penting member EXO, perayaan ulang tahun member, dan acara berbagi kepada yang lainnya. Hal tersebutlah yang membuat anggota penggemar tersebut dapat selalu dekat satu sama lain, karena adanya interaksi yang dilakukan secara terus menerus dan tidak pernah putus setiap tahunnya.



Gambar 2.9 akun instagram EXO L Jogja

(Sumber : *Instagram*)



Gambar 2.10 akun instagram EXO L Jogja
(Sumber : *Instagram*)



Gambar 2.11 *event* EXO L Yogyakarta
(Sumber : *Foto*)

Pada tanggal 7 Februari 2021 EXO L Jogja menggelar *event* bulanan nya sekaligus merayakan kepulangan dua member EXO yakni Do dan Xiumin setelah satu tahun setengah hiatus dari dunia media dikarenakan melakukan wajib militer. Peneliti yang mana merupakan anggota dari komunitas EXO L Jogja tersebut ikut bergabung dalam acara tersebut. Acara tersebut dilakukan di sebuah *coffee shop* yang ada di kota Jogja, dan acara tersebut merupakan acara kumpul bulanan yang ditutup dengan menonton sebuah tayangan yang berkaitan dengan EXO. Acara tersebut cukup dikatakan sukses dikarenakan dihadiri oleh seluruh anggota komunitas yang lama maupun anggota baru.



Gambar 2.12 *event* EXO L Yogyakarta

(Sumber : Foto)

Tak hanya berhenti di bulan Februari, EXO L Jogja kembali lagi mengadakan sebuah acara. Dimana acara tersebut berupa acara perayaan ulang tahun rutin yang selalu diadakan dikala salah satu member sedang berulang tahun. Acara di atas merupakan acara perayaan ulang tahun Xiumin yang diadakan pada tanggal 31 Maret 2021. Acara berada di *cafe* yang ada di kota di Jogja. Acara tersebut diselenggarakan layaknya perayaan ulang tahun sesungguhnya dengan meniupkan lilin, hingga makan bersama seluruh anggota yang hadir.

BAB III

ANALISIS DATA

A. Identifikasi Narasumber

Pada bab ini peneliti ingin memaparkan hasil dari temuan data yang ditemukan dari hasil wawancara kepada sembilan narasumber. Dimana, peneliti menemukan hasil yang mana narasumber berikan cukup beragam. Penerimaan dan pemaknaan audiens terhadap sebuah pesan yang dikirim melalui media memiliki pemikiran yang berbeda tiap individunya. Hal tersebut didasari dari perbedaan latar belakang serta pengalaman di lingkungan seseorang itu pun menentukan bagaimana orang itu dalam menerima pesan atau interpretasi pesan tersebut. Dalam penelitian ini narasumber memiliki pemahaman yang berbeda antar individunya dalam memaknai sebuah pesan yang mereka terima, sehingga mereka memiliki pemikiran yang berbeda dari masing-masing individunya.

Peneliti mengambil sembilan narasumber dari anggota komunitas penggemar EXO yang berbasis di kota Jogja. Pada kesempatan kali ini, peneliti berkesempatan untuk melakukan wawancara secara langsung di tengah pandemi covid-19 saat ini. Dimana wawancara dilakukan pada tanggal 3 Februari 2021, peneliti melakukan wawancara kepada salah satu anggota EXO L Jogja yakni Sifra. Wawancara bertempat di salah satu toko buku di kota Jogja. Selain itu peneliti melakukan wawancara terpencar kepada dua narasumber lainnya yang mana berlokasi di rumah narasumber masing masing pada tanggal 5 hingga 6 Februari 2021. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara di salah satu kedai kopi yang bertempat di kota Jogja. Pada tanggal 7 Februari 2021 peneliti melakukan wawancara kepada lima narasumber sekaligus yaitu kepada narasumber Icha, Kartika, Oca, Jezzy, dan Ema. Mereka berlima merupakan pendiri dari komunitas EXO L Jogja. Terakhir pada tanggal 11 Februari peneliti melakukan wawancara kepada satu narasumber terakhir yang berlokasi di salah satu kedai kopi di kota Jogja.

Peneliti melakukan wawancara kepada narasumber dengan landasan pertanyaan umum hingga khusus yang mengenai dengan beberapa adegan dalam video yang menjadi landasan pembahasan penelitian. Pertanyaan dimulai dengan beberapa pertanyaan umum seperti nama lengkap narasumber, kapan dimulainya narasumber mulai bergabung kedalam kelompok penggemar tersebut, ketertarikan nya terhadap grup EXO tersebut, hingga ke pertanyaan khusus yang menjurus kepada adegan yang ada dalam video.

Narasumber menunjukkan antusiasmenya terhadap penelitian ini, dibuktikan dengan mereka menjawab pertanyaan seputar EXO yang dibuktikan dengan durasi wawancara yang cukup lama dan jawaban narasumber yang cukup bersemangat tersebut. Dibuktikan dengan jawabannya yang sangat bervariasi dan bersemangat tersebut. Seperti saat peneliti memberikan pertanyaan yang terkait sejak kapan ketertarikan narasumber terhadap EXO serta awal mula mereka menjadi EXO L tersebut, seperti yang disampaikan oleh narasumber Nabila:

“Jadi awal mula, semasa smp aku hobi nonton drama korea. Nah ketonton web drama EXO dah dari situ aku jatuh cinta sama memebnya, yaitu DO. Nah dari situ lah aku mulai ngikutin pelan-pelan perkembangan EXO, terus beli pernak-pernik EXO, terus album, sama yang lainnya. Terus juga aku *ngepoin* mv serta lagu lagu EXO” (Wawancara Nabillah, 5 Februari 2021)

Menurut Nabillah awal mula ia tertarik kepada grup EXO adalah dengan melihat drama Korea yang dibintangi oleh salah satu member dari grup EXO tersebut. Saat itu ia sangat dibutakan oleh tampilan dan pembawaan dari karakter DO dalam drama tersebut, sehingga membuatnya ingin mencari tahu lebih dalam mengenai latar belakang DO tersebut. Sehingga akhirnya ia mengetahui bahwa DO adalah personil dari grup EXO. Selain dari paras tampan DO yang membuat Nabilla suka, Nabila juga menyukai karakter dan suara lembutnya dari DO tersebut saat sedang bernyanyi sehingga membuatnya tertarik untuk mendengar lagu yang dibawakan DO tersebut hingga akhirnya menjadi menyukai DO dan grup nya secara menyeluruh.

Selain cerita nabila akan ketertarikannya terdapat EXO yang dimulai dengan menyukai salah satu member berdasarkan drama yang dibawakannya. Terdapat cerita dari narasumber Zella yang memiliki cerita menarik tentang awal mula kesukaan nya terhadap grup EXO.

“Dulu awal aku kenal SNSD, ngikutin banget SNSD. Nah pas SMA awal tu aku baru tau EXO karena teman teman pada suka itu” (wawancara Zella, 6 Februari 2021).

Awal mula kesukaannya narasumber terhadap grup EXO diawali dengan cerita beragam. Seperti narasumber Zella yang bercerita tentang awal mulanya ia menyukai dunia Kpop tersebut adalah dengan menyukai salah satu grup wanita SNSD. Dimana pada tahun 2012 tersebut grup musik Korea selatan mulai memikat hati para penggemar Indonesia

tersebut, salah satu nya grup musik yang sedang naik daun pada saat itu yakni SNSD. Akibat pengaruh dari lingkup pertemanan anak remaja saat itu yang mana memiliki topik pembahasan seputar dunia Korea pada masa itu, membuat Zella secara perlahan tertarik dan mencari tahu grup musik korea lainnya, salah satu nya grup musik EXO. Sehingga sampai saat ini Zella pun tetap berada di garis penggemar EXO (EXO L).

Kesukaan narasumber lainnya terhadap EXO pun dimulai dengan cerita yang menarik lainnya. Seperti yang dilakukan oleh narasumber Icha, yang mana dari kesukaannya terhadap EXO pun membuat pemikiran untuk mengumpulkan seluruh penggemar EXO yang ada di kota tempat tinggalnya tersebut. Dengan kesukaan terhadap EXO membuatnya menciptakan kumpulan *fanbase* EXO yang berdomisili di Jogja. Selaku admin dan pendiri dari akun EXO L Jogja tersebut, membuatnya mendapatkan banyak relasi baru dan teman yang memiliki kesukaan yang sama. Seperti yang diceritakan oleh Icha saat pengenalan pada wawancara berlangsung.

“Aku sendiri namanya Icha, dari godean. Aku mendirikan fanbase ini, atau aku itu yang pendiri akun @EXOLofficial hehe. Aku mulai menyukai EXO dari 2015 dulu.” (wawancara Icha, 7 Februari 2021).

Seperti pengenalan yang dilakukan oleh Icha tersebut. Ia memberitahukan kesukaannya terhadap EXO dimulai pada tahun 2015 tersebut, dan dengan hal itu membuatnya mendirikan akun komunitas dari para penggemar EXO di kota Jogja yang mana nama akun penggemar tersebut adalah @EXOLofficial.

Selain Pengenalan dan cerita singkat yang dilakukan oleh narasumber di setiap awal wawancara tersebut. Setelahnya peneliti mulai mengajak narasumber untuk bercerita sedikit mengenai penggambaran makna maskulin sesuai dengan pemahaman dari narasumber. Dimulai dengan peneliti memberikan ceritanya mengenai makna maskulinitas yang ia tahu hingga pemaknaan maskulinitas yang narasumber ketahui tersebut. Tidak sedikit narasumber yang memahami sifat maskulinitas secara umum. Hal tersebut dibuktikan dengan jawaban dari narasumber disaat peneliti menanyakan beberapa hal mengenai pertanyaan yang berkaitan dengan makna maskulinitas tersebut. Seperti beberapa sifat maskulin berdasarkan pemahaman dari salah satu narasumber Sartika yang berkata:

“Maskulin kalau dari pandangan ku itu jelas kayak cowok banget gitu. *stereotype* akan maskulin itu lebih kayak cowok *macho*, *sixpack*, berotot biasanya.”(wawancara Sartika, 7 Februari 2021)

Menurut Sartika lelaki dikatakan maskulin apabila ia memiliki tampilan luar layaknya lelaki *macho* salah satunya seperti ia memiliki badan yang bagus berotot dan memiliki dada dan perut yang *sixpack*. Karena menurutnya maskulin itu layaknya *stereotype* dari banyak orang yang beranggapan seperti itu. Selain narasumber Sartika, pemaknaan lelaki maskulin pun dijelaskan juga oleh narasumber Ocha yang menjelaskan pemikiran yang berbeda lagi mengenai makna sifat maskulin. Dimana menurut Ocha tersebut bahwa lelaki memiliki sifat maskulin itu bisa dilihat dari aura lelaki tersebut. Seperti halnya lelaki dikatakan maskulin apabila ia memiliki aura maskulin tersebut.

“Maskulinitas menurut aku itu seperti aura. Seperti, misalkan orang deh, dia cantik, tapi cantik kan bisa dilihat dari aura dan fisiknya. Sama halnya dengan maskulin. Maskulin itu bukan cuma bisa dilihat dari fisik melainkan dari auranya juga bisa, jadi tu ada aja yang dipancarkan mereka gitu. Seperti kayak Xiumin, dia emang udah tua tapi tetap *cute* gitu. Kalau kita lihat dari segi umur kan nggak mungkin banget nih ya masa udah tua tetep *cute* gitu, nah itu terpancar dari aura si Xiumin itu yang bikin kesan kalau dia itu lucu. Sama halnya dengan maskulin, itu bukan berarti dia mesti badan kotak, model L-men, jadi lebih ke aura dalam diri mereka sendiri gitu.”(wawancara Ocha, 7 Februari 2021).

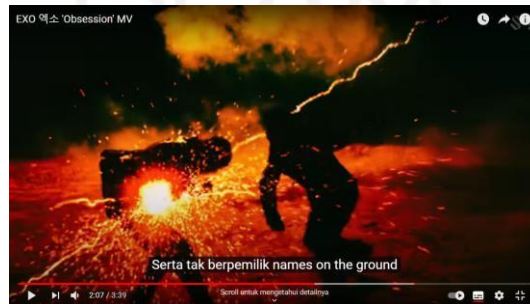
Ia menjelaskan bahwa seperti member EXO Xiumin yang mengeluarkan pancaran menggemaskan dalam dirinya tersebut membuatnya bisa dikatakan bahwa Xiumin tersebut tidak maskulin. Berbeda dengan model pria dalam katalog *l'men* yang mana bisa dikatakan maskulin saat dilihat dari aura yang terpancar dari dalam tubuhnya saat melakukan sebuah kegiatan laki-laki.

B. Temuan Data

Berdasarkan landasan pemahaman awal narasumber mengenai makna maskulin yang cukup beragam tersebut. peneliti pun menjelaskan maka maskulin yang menjadi dasar dalam penelitian ini guna untuk menyamakan persepsi narasumber mengenai makna maskulin yang ada. Hal tersebut dilakukan juga untuk mengantarkan narasumber dalam pertanyaan selanjutnya, yang mana pertanyaan selanjutnya mengenai makna maskulin member EXO

yang ada di dalam tampilan video lagunya berjudul *Obsession*. Karena dilihat dari tampilan para member EXO dalam video lagu *Obsession* tersebut sangatlah menunjukkan gambaran lelaki yang kuat dan hal tersebut memancing beberapa tanggapan dari para narasumber mengenai gambaran maskulin yang ada tersebut. Seperti beberapa penggambaran makna maskulin yang menjadi pembahasan peneliti dan narasumber saat wawancara berlangsung seperti,

1. Adegan yang Menunjukkan kekuatan.



Gambar 3.1.1 Cuplikan video *Obsession*

(Sumber : Foto)

Dalam menit 2:05 hingga 2:07 menunjukkan adegan dari member EXO yakni Chanyeol yang sedang melakukan adegan *fight* bersama karakter lain yang ada pada dirinya yang disebut dengan X EXO. adegan tersebut menampilkan sisi yang mana lelaki berani menunjukkan kekuatannya. Seperti yang dikatakan oleh salah satu narasumber yakni Icha:

“Adegan tersebut, yang ada di *Obsession* itu mereka lebih menunjukkan *action* nya untuk lebih terlihat maskulin”.(wawancara Icha, 7 Februari 2021).

Seperti yang dikatakan oleh Icha saat wawancara berlangsung dan setelah video lagu *Obsession* bersama-sama tersebut, ia berpendapat bahwa adegan tersebut sudah sangat menunjukkan ciri-ciri dari sifat lelaki maskulin berdasarkan sifat maskulin yang dijelaskan tersebut. Karena adanya penggambaran adegan yang menunjukkan kekuatan dari masing-masing member di dalam video tersebut yang membuatnya menunjukkan sifat lelaki maskulin.

Selain dari pendapat dari narasumber Icha, ditemukan pendapat lain dari salah satu narasumber kita yang berpendapat bahwa *music video Obsession* tersebut dapat dikatakan kedalam gambaran lelaki maskulin, seperti:

“ Kalau menurut aku sih nggak, kalau dari video itu nggak bisa dikatakan maskulin karena aku pribadi nggak suka pemakaian riasan yang berlebih walaupun itu hanya bentuk pendukung konsep, jadi kalau *Obsession* itu kalau dari segi tampilannya nggak maskulin, tapi kalau dilihat dari segi sifatnya maskulin banget. Karena, sifat mereka yang saling melawan karakter dari dalam diri sendiri guna untuk maksud dan tujuan baik tersebutlah yang bisa dikatakan maskulin” (narasumber Ema, 7 Februari 2021).

Narasumber Ema berpendapat bahwa member EXO bisa dikatakan maskulin hanya dari segi tampilan luar hingga karakter yang dibawakannya saja. Karena menurutnya dari segi tampilan luar yang mereka tunjukkan sudah dapat dikatakan maskulin ditambah dengan adegan yang mereka bawakan sebelumnya, tetapi hal tersebut tak sepenuhnya diterima oleh Ema karena adanya penggunaan riasan yang cukup ketara yang digunakan oleh member tersebut lah yang memberikan kesan tidak maskulin menurutnya.



Gambar 3.1.2 Cuplikan video *Obsession*

(Sumber : Foto)

Selain adegan unjuk kekuatan yang dilakukan Chanyeol tersebut. Pada menit 1:46 hingga 1:50 terdapat pula adegan unjuk kekuatan yang dilakukan member EXO lainnya yakni Baekhyun. Yang mana pada menit berikut baekhyun menunjukkan unjuk kekuatannya lagi-lagi untuk melawan karakter baru yang ada pada dirinya tersebut. Adegan tersebut sukses dikatakan sebagai salah satu sifat lelaki maskulin yang dapat menunjukkan kekuatan dikarenakan adanya penggambaran dari member yang tak hanya sekali menunjukkan unjuk

kekuatan tersebut. Seperti yang dikatakan oleh narasumber kita yang berlatar belakang EXO l yang kita sapa dengan Ana:

“ Tapi sih menurut aku tetap maskulin, karena kan di dalam video itu mereka menunjukkan bahwa mereka itu bisa melakukan kegiatan bela diri gitu, nah dari situ deh mereka menunjukkan kekuatan nya” (Narasumber Ana, 11 Februari 2021)

Ana beranggapan bahwa para member dalam *music video Obsession* tersebut sangat lah bisa mencerminkan lelaki maskulin, karena dari beberapa adegan yang mereka keluarkan dalam video lagu tersebut sangat menunjukkan sifat-sifat dari lelaki maskulin. Salah satunya pada menit berikut yang mana Chanyeol yang menunjukkan aksi bela diri nya yang dan menunjukkan kekuatannya. Selain komentar yang dikatakan oleh narasumber Ana tersebut. Beberapa narasumber lainnya beranggapan serupa terkait bentuk dari sifat maskulin yang ada dalam video lagu tersebut. Salah satu nya narasumber Ellak pun berpendapat demikian:

“ ya... kalau menurut aku sih sudah bisa dikatakan maskulin. karena disitu digambarkan mereka bertarung menggunakan anggar, guna untuk melindungi kekuatan mereka masing-masing gitu. Karena EXO kan sebelumnya digambarkan mempunyai kekuatan mereka masing-masing seperti kekuatan air, api, angin, tanah, udara, dll. Nah yang aku lihat di video itu sih kayak mereka bertarung antara EXO dan si X EXO nya gitu. Untuk melindungi kekuatan mereka masing-masing gitu” (Narasumber Ellak, 5 Februari 2021).

Pemahaman yang berbeda dari Ella mengenai makna video pun tetap membuatnya menyatakan bahwa lelaki dalam video lagu *Obsession* tersebut bisa dikatakan lelaki maskulin, karena menurut pemahaman Ellak bahwa penggunaan kekuatan di dalam video lagu tersebut adalah untuk melindungi hal baik yang ada dalam diri member masing masing, yakni bisa juga untuk melindungi kekuatan yang dimiliki oleh para member. Dengan begitu hal tersebut bisa dikatakan menunjukkan kekuatan dalam maksud tujuan baik.

Dari keempat kutipan yang diambil dari hasil wawancara langsung yang dilakukan peneliti sebelumnya dapat membantu peneliti dalam memperkuat argumen akan sifat lelaki maskulin yang memiliki sifat dan karakter “Be a Surdy Oak, sifat laki-laki yang harus rasionalitas, kekuatan fisik dan jiwa dan kemandirian” (Demartoto 2009:8).

2. Adegan menunjukkan keberanian



Gambar 3.2.1 Cuplikan video *Obsession*

(Sumber : Foto)

Sifat selanjutnya yang menunjukkan laki-laki memiliki sifat maskulin pada dirinya ialah lelaki yang berani, agresif dan tidak takut mengambil resiko. Dari sifat tersebut didukung dengan beberapa penggambaran yang ada dalam *music Video Obsession* tersebut. Salah satu nya terdapat pada gambaran adegan pada menit 1:27 hingga 1:50 yang mana menggambarkan aksi dari member Sehun yang dengan berani menarik tuas anak panahnya untuk melawan musuh yang ada di depannya. Dengan menggunakan cuplikan adegan tersebut membuat peneliti merujuk pada pertanyaan selanjutnya yang mana pertanyaan tersebut berkaitan dengan sifat maskulin yang mana lelaki maskulin berani menunjukkan keberanian. Pendapat tersebut dikuatkan pula dengan argumen salah satu narasumber yang bernama Icha yang berpendapat bahwa:

“ Nah iya, Mereka kan masuknya ke maskulin karena mereka saling melindungi diri terus mereka melakukan kegiatan yang cukup berani”
(wawancara Icha, 7 februari 2021)

Dari cerita Icha tersebut dapat dikatakan bahwa member dalam video dapat dikatakan maskulin karena mereka melakukan kegiatan yang cukup berani serta melakukan perlindungan diri yang sangat kuat. Gambaran hal tersebutlah yang membuatnya dapat langsung beranggapan bahwa lelaki dalam *video music* tersebut dapat dikatakan lelaki maskulin.



Gambar 3.2.2 Cuplikan video *Obsession*

(Sumber : Foto)

Selain yang dikatakan oleh narasumber Icha tersebut, narasumber kita yang di sebut Oca ini juga memiliki pendapat yang sama mengenai makna keberanian yang divisualisasikan ke dalam adegan yang ada di *music video Obsession* tersebut seperti,

“ *Obsession* bisa dikatakan maskulin, karena kan itu masuk di beberapa poin dari sifat-sifat maskulin yaitu keberanian, dan kekuatan. Gini deh, pstinya kan kita tu butuh keberanian nih buat melawan seseorang, masa iya kita mau melawan seseorang tapi kita sendiri nggak berani. Lebih berani percaya diri sama apa adanya aja. Karena di video *Obsession* itu mereka merupakan dua hal yang berbeda, yang mana sifat nya juga berbeda apa adanya” (Wawancara Ocha, 7 Februari 2021).

Narasumber kita Ocha bercerita mengenai beberapa sifat maskulin berdasarkan pembahasannya bersama peneliti di awal-awal wawancara. Dari sana ia sudah memahami lebih dalam mengenai sifat-sifat maskulin tersebut dengan begitu dari pertanyaan peneliti yang terkait dengan salah satu sifat maskulin yakni Give em Hell, laki-laki harus memiliki sifat berani, agresif dan tidak takut mengambil resiko (Demartoto 2009:8). Ia pun dapat memberikan tanggapannya terkait potongan adegan yg disuguhkan oleh peneliti sebagai landasan dari pertanyaannya tersebut. Ocha pun menjelaskan dengan lantang apabila lelaki di dalam video tersebut dan di salah satu cuplikan adegan tersebut sudah tampak di katakan lelaki maskulin, karena member EXO dalam video tersebut menunjukkan kekuatan serta keberaniannya, hal tersebut juga dijelaskan kembali dengan Ocha bahwa apabila lelaki ingin menunjukkan aksi atau kekuatannya, hal tersebut dipastikan dengan mereka harus memiliki landasan keberanian terlebih dahulu, karena tidak ada seseorang yang ingin melawan apabila orang tersebut tidak memiliki keberanian.

Selain pada adegan Sehun tersebut, ada beberapa adegan lainnya yang dapat menunjukkan sifat keberanian berdasarkan gambaran yang ada dalam video tersebut. Seperti

gambaran adegan yang dilakukan member Baekhyun yang dengan berani melakukan kegiatan bela diri dalam melawan X EXO yang ada pada dirinya sendiri dengan melakukan pertarungan anggar yang terdapat pada menit 1:10 hingga menit 1:50. Adegan tersebut juga dilihat dari pendapat Ana saat wawancara sedang berlangsung dulu:



Gambar 3.2.3 Cuplikan video *Obsession*

(Sumber : Foto)

“ Adegan itu menonjolkan, yang kayak Sehun sedang panah itu kan? Baekhyun main anggar? adegan itu lebih menonjolkan yang nggak dilihat orang lain. Jadi, kalau di art tersebut itu cukup bisa dikatakan sebagai maskulin. Karena, mereka menunjukkan actionnya dengan berani. Tapi untuk yang lainnya, seperti *part* dimana mereka melakukan *dance* dan menggunakan riasan itu bagiku belum bisa. Karena bagiku cowok pakai riasan itu boleh, tapi ya nggak usah setebal itu aja sih, nggak kayak pakai riasan yang lainnya” (wawancara Ana, 11 Februari 2021).

Setiap Narasumber memiliki pendapat dan tanggapan yang berbeda, hal tersebut berdasarkan sudut pandang dari apa yang ia lihat. Seperti narasumber Ana yang menyatakan bahwa lelaki maskulin memang dapat dilihat hanya dari tindakan yang dilakukan member dalam video. Seperti tindakan member yang cukup berani disaat mereka menunjukkan kekuatannya di saat mereka ingin melawan dan melindungi diri. Tetapi terdapat hal lain yang membuatnya berbeda saat itu juga, dimana penggunaan riasan para member yang cukup mencolok dan lelaki yang melakukan tindakan tariannya tersebutlah yang membuat Ana merasa hal tersebut bisa mengikis gambaran lelaki maskulin dalam diri member. Selain pendapat Ana yang cukup menarik tersebut. Terdapat pendapat pula pendapat menurut salah satu narasumber kita yang bernama Kartika, yang berpendapat seperti berikut:

“ Susah ya bisa dikatakan maskulin atau nggak. tapi kan kalau di video itu kan makenya olahraga. dan basenya pun olahraga anggar nggak menutup

cewek atau cowok dan anggar pun bukan olahraga yang bermaksud buat bela diri yang bisa menunjukkan kekuatan dan keberanian yang bisa digunakan kalau dalam keadaan terdesak gitu. ya kalau di bilang itu maskulin atau nggak, ya bisa jadi itu maskulin “ (Wawancara Kartika, 7 Februari 2021).

Dalam penjelasan dari narasumber Kartika yang menjelaskan pada saat proses wawancara berlangsung tersebut lelaki dalam video *Obsession* dapat dikatakan lelaki maskulin karena dilihat dari segi *action* yang diperankan member tersebut sangat menunjukkan sisi keberanian layaknya lelaki maskulin. Selain itu, terdapatnya salah satu adegan olahraga yang cukup langka yang dibawakan oleh member Baekhyun yakni olahraga anggar. Olahraga tersebut merupakan olahraga jenis bela diri yang masih terbilang sedikit peminat dan sebagian besar yang menggeluti bela diri tersebut adalah para pria. Dengan menunjukkan adegan tersebut Baekhyun sangat menunjukkan sisi keberaniannya dari laki-laki.

Beberapa pendapat yang dikatakan oleh narasumber saat wawancara kemarin, menunjukkan ada beberapa bagian dalam adegan yang menunjukkan sifat maskulin “*Give em Hell*, laki-laki harus memiliki sifat berani, agresif dan tidak takut mengambil resiko” (Demartoto 2009:8).

3. Tidak Menggunakan atau berperilaku layaknya perempuan



Gambar 3.3.1 Cuplikan video *Obsession*

(Sumber : Foto)

Tampilan yang digunakan member dalam *music video Obsession* ini menunjukkan penggunaan riasan yang cukup tebal dibandingkan riasan mereka pada video yang lainnya. Hal ini banyak mempengaruhi narasumber dalam pemaknaan sifat maskulin menurut para audiens. Selain itu, hal tersebut juga membuat peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut

bersama narasumber penggemar kpop mengenai penggunaan riasan yang diterapkan pada wajah lelaki. Dalam penelitian ini peneliti berfokus kepada penggunaan riasan yang tergolong cukup mencolok apabila diaplikasikan di wajah pria. Seperti hal ini peneliti mengambil contoh penggunaan riasan yang digunakan oleh seluruh member EXO pada pembuatan video *Obsession* tersebut, dan benar saja penggunaan riasan tersebut cukup menarik perhatian sudut pandang para EXO L seperti yang dikatakan oleh narasumber Zella yang berpendapat bahwa:

“ Jadi ni menurut aku sih, kan maskulin tidak menggunakan riasan semestinya, tapi mereka di video make tuh. Kalau mereka make riasan dalam mv atau sesuatu yang mau di tampilkan gitu sih menurutmu wajar aja ya. Apalagi dunia kpop kan ya, jadi ya awam banget gitu mereka pakai riasan gitu. Jadi ya wajar sih, kan buat tuntutan kerja juga” (wawancara Zella, 6 februari 2021).

Penggunaan riasan yang cukup tebal tersebut memang sempat menarik perhatian. Dari banyak nya mata penggemar EXO yang Zella pun menjelaskan bahwa ia merasa tidak keberatan akan penggunaan riasan yang cukup mencolok tersebut. Karena menurutnya *make up* digunakan hanya sebagai pendukung dalam pembuatan video, dan menurut Zella pun bahwa penggunaan riasan yang di aplikasikan di wajah pria Korea pun sudahlah sangat wajar dan terkesan biasa saja. Sehingga para penggemar pun ada beberapa yang tidak memusingkan hal tersebut. Karena penggunaan riasan secara penuh hanya digunakan saat para aktris atau aktor sedang kerja saja.

Selain dari narasumber Zella, tak sedikit pula yang beranggapan bahwa penggunaan riasan dalam dunia *Kpop* tersebut dapat dimaklumi karena, selain untuk memenuhi tuntutan kerja, hal tersebut berguna untuk mendukung warna dalam pembuatan *music video*. Seperti yang dikatakan oleh Kartika dan Jezzy bahwa penggunaan riasan tersebut hanya sebagai properti pendukung dari jalannya pembuatan *music video*.

“Eee, menurut ku nggak sih, maksudnya kalau semisal penggunaan *make up* itu dapat mengurangi standar maskulinitas tu nggak. karena, di mv itu *make up* itu digunakan untuk menonjolkan karakter, atau untuk menambah sisi artistiknya aja. jadi biar pesannya lebih nyampe ke penontonnya” (wawancara Kartika,7 Februari 2021).

“Tetap maskulin sih, karena riasan mereka bukan buat *daily*, melainkan buat properti dari syuting, guna ya buat muka mereka sama *stage* itu nggak

jomplang banget gitu. karna mereka kan kesehariannya juga jarang pake *make up* gitu.” (wawancara Jezzy, 7 Februari 2021).

Pendapat yang sama juga dilontarkan oleh narasumber Jezzy dan Kartika. Penggemar sangat memahami dan memaklumi penggunaan riasan yang digunakan oleh para idolanya. Hal tersebut karena untuk mendapatkan hasil video yang baik dan sesuai dengan konsep yang diharapkan oleh grup musik tersebut, *idol* nya pun harus tampil sesuai dengan tema yang ada. Penggunaan *wardrobe* dan riasan yang selaras pun harus dibentuk. Selain itu untuk dapat menyampaikan isi pesan yang diberikan dalam video pun, riasan sangat digunakan untuk memberikan warna di dalamnya agar pesan tersebut dapat diterima dengan positif oleh anggota EXO L.

Selain ketiga cerita penjelasan dari narasumber diatas, hal tersebut didukung juga oleh narasumber kita yang mana memiliki latar belakang anak seni tari yakni Oca. Dari hasil wawancara yang dilakukan bersama nya, beliau berpendapat bahwa:

“Nah kalau misalkan gini, kebetulan aku anak seni tari juga ni. Aku menilai riasan untuk pendukung. Karena orang dimana mereka mau menyampaikan pesan itu harus banyak pendukungnya. Seperti kayak riasannya mesti gimana, konsep nya mesti gimana, sama *script* nya harus apa gitu. Karena, gini contoh deh kayak cerita bawang merah dan bawang putih. Mereka berdua dengan sifat yang bertolak belakang juga memiliki sifat dan penyajian visual yang beda juga kan. Nah ha itu yang disebut dengan pendukung untuk menunjukkan kalau “oh yang warna itu jahat, sedangkan yang satunya lembut”. Sama halnya dengan EXO. Dimana yang EXO nya biasa saja, sedangkan yang X EXO nya dengan kepribadian yang beda itu dibuat dengan seperti itu, guna untuk menggambarkan sisi buruk mereka gitu. Sama halnya juga sama EXO, mereka di *Obsession* ini mereka sama halnya dengan manusia. Mereka Bisa marah, mereka juga punya ego, dan mereka juga punya sisi buruk dari diri mereka. Karena kita sebagai fans pasti cuma bisa lihat yang “wah *cute* ya” atau yang baiknya saja, padahal mereka kan manusia ya yang pasti punya sisi buruknya gitu. Makanya di *Obsession* ini mereka memperlihatkan sisi mereka yang apa adanya ini. Jadi, menurut aku riasan itu hanya sebagai pendukungs saja. Buat menentukan mereka maskulin atau nggak itu, balik lagi ke aura nya mereka. Kadang orang di riasan pun kalau temanya sama tapi tukang riasnya beda bisa berbeda gitu.” (Wawancara Oca, 7 Februari 2021).

Penggunaan riasan yang diaplikasikan kepada para member setiap akan melakukan syuting dianggap tidak mempengaruhi makna maskulin yang ada. Karena pada seni tari

penggunaan riasan itu sangat dipergunakan untuk memperdalam dalam penyampaian isi pesan yang ada agar dapat diterima oleh audiens dengan tepat. Pemaknaan dan pemahaman serupa juga ditemukan dalam wawancara peneliti bersama Sifra, berikut yang dikatakan oleh Sifra:

“ Yak kalau dari adegannya iya, kan mereka menunjukkan kekuatan. Menurutku kedua pihak itu bisa dikatakan maskulin, tanpa adanya base yang itu, jadi keduanya maskulin. Diluar kemungkinan mereka menggunakan riasan ya, karena riasan itu kan gunanya untuk kebutuhan stage. Karena itu mv, jadi *make up* itu hanya untuk konsep doang.” (wawancara Sifra, 3 Februari 2021).

Dari banyaknya narasumber yang melakukan wawancara tersebut tak semua narasumber menerima penggunaan riasan bagi *idol* yang sangat berlebihan. Hal tersebut dibuktikan dengan ditemukan perbedaan pendapat pula mengenai pemaknaan dalam menggunakan riasan bagi laki-laki tersebut. Seperti yang dikatakan oleh salah satu narasumber kita seperti narasumber Icha:

“Nggak nek itu, karena ngapain mereka menggunakan *make up* tebal banget kalau cuma buat perang tok. Tapi kalau dari cara mereka menunjukkan aksinya itu udah maskulin banget dan dari sifatnya juga mereka maskulin banget.” (wawancara Icha, 7 Februari 2021).

Perbedaan pendapat dapat di temukan oleh semua orang berdasarkan latar belakang dari si narasumber masing-masing. Seperti Icha yang menolak sangat cepat akan penggunaan *make up* yang sangat mencolok tersebut karena baginya tanpa pengguna *make up* yang mencolok tersebut juga dapat menjelaskan maksud dari arti adegan yang ditampilkan oleh member tersebut. Karena menurut Icha dari sifat aslinya saja sudah menunjukkan sisi maskulin dari member.

Sama halnya dengan pendapat Icha tersebut, hasil wawancara terbaru yang dilakukan oleh peneliti dengan nara EXO L Ana pun menceritakan hal yang serupa, bahwa ia tidak mentolerir lelaki yang menggunakan riasan yang sangat tebal. Hal tersebut dapat dilihat dari kalimatnya yang diucapkannya saat wawancara berlangsung.

“Itu menonjolkan, yang kayak Sehun panah itukan? Baekhyun main anggar? itu lebih menonjolkan yang nggak dilihat orang. Jadi kalau dalam part tersebut itu cukup bisa dikatakan sebagai maskulin. Karena, mereka

menunjukkan actionnya itu. Tapi untuk yang lainnya, kayak *part dance* dan riasannya belum bisa. Karena bagiku *make up* cowok tu boleh, tapi ya nggak setebal itu aja sih, nggak kayak *make up* yang lainnya gitu.” (wawancara Ana, 11 Februari 2021).

Ditambah dengan penjelasan oleh Ana tersebut yang tetap mengatakan member tetap dikatakan maskulin apabila dilihat dari sudut pandang kegiatan dan tindakan serta sifat yang ia bawaikan. Tetapi untuk hal lain seperti penggunaan riasan yang cukup tebal serta tindakannya melakukan adegan berbagai tarian tersebut tidak bisa dikatakan maskulin. Dengan pemakanan dari sifat-sifat maskulin yang mengatakan bahwa lelaki maskulin mesti memiliki sifat “*Sissy Stuff*, seorang laki-laki tidak boleh menganut perilaku seperti perempuan” (Demartoto 2009:8). Diperkuat dengan hasil wawancara bersama narasumber tersebut membantu memperkuat bukti pemahaman tersebut.

4. lelaki yang memikirkan gaya dalam berpakaian



Gambar 3.4.1 Cuplikan video *Obsession*

(Sumber : Foto)

Korea Selatan cukup dikenal dengan tampilan *fashion* yang sangat baik dan *modern*. Tidak perlu diragukan kembali mengenai tampilan *fashion* yang disuguhkan dalam setiap tampilan dari grup musik di Korea Selatan. Tak hanya tampilan aktrisnya dalam kehidupan sehari-hari saja terlihat *trendy* melainkan saat mereka akan syuting pun konsep pakaian dan aksesoris tidak pernah dilewatkan sekecil apapun. Tak hanya tampilan dari artis perempuan saja yang menjaga dan merawat diri, melainkan aktor atau artis laki-laki di Korea Selatan juga sama halnya dalam menjaga tampilan harian ataupun syutingnya.

Seperti yang tertera dalam salah sifat maskulin yang dikemukakan dalam buku yang mana berbunyi “Laki-laki metroseksual adalah laki-laki yang memperhatikan gaya berpakaian, memperhatikan gaya hidup dan cenderung perfeksionis.” (Demartoto 2009:8).

Hal tersebut mendukung terhadap tampilan *fashion* yang digunakan oleh member EXO tersebut dalam tampilannya di *music video Obsession* tersebut.



Gambar 3.4.2 Cuplikan video *Obsession*

(Sumber : Foto)

“Aku suka mv EXO itu, mereka itu nggak *real*. Jadi kalo konsep mereka fantasi bener bener gitu, nggak nanggung-nanggung banget gitu. Jadi, total gitu konsepnya. Dari kostum, *hair style*, bajunya, *make upnya*, dll. Nah itu yang buat aku tu suka sama EXO, nah itu yang buat aku terkesan dengan *Obsession*. Dan juga di video itu mereka punya dua karakter gitu kan. Yang satu EXO sama x EXO. Dengan penggambaran yang satu tentara sama yang satunya kayak alien gitu nggak sih?. Nah aku suka konsepnya itu karena mereka berlawanan banget gitu. Kayak Baekhyun gitu, dia yang biasanya *cute* gitu tapi di *Obsession* dia punya konsep *mainly* banget satunya lagi serem banget gitu.” (wawancara Sifra, 3 Februari 2021)

Dimana yang dikatakan narasumber kita diatas oleh Sifra tersebut dapat dikatakan bahwa tampilan *fashion* yang ditampilkan oleh member sangat lah terkonsep dan tidak terkesan tidak selesai seperti pada tampilan artis di luar nya. Sebagaimana yang dijelaskan Sifra adalah Korea apabila membuat sebuah video selalu mematangkan tema nya tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan berbagai macam hasil video yang diluncurkan oleh grup EXO yang sangat terkonsep hingga sampai ke segi *fashionnya*. Seperti halnya video lagu *Obsession* ini produsen melakukan penyetulan tempat dan penggunaan *wardrobe* yang telah dirancang khusus sehingga kedua item tersebut dapat berhubungan dan tidak bertabrakan.

C. Maskulinitas *Music Video Obsession*

Maskulin dalam video	Adegan yang menunjukkan kekuatan	Adegan menunjukkan keberanian	Tidak berperilaku layaknya perempuan	Lelaki yang memikirkan gaya berpakaian
Ana	Dominan	Dominan	Oposisi	Dominan
Nabillah	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan
Zella	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan
Icha	Dominan	Dominan	Oposisi	Dominan
Ocha	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan
Sifra	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan
Ema	Dominan	Dominan	Oposisi	Dominan
Kartika	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan
Jezzy	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan

Tabel 3.1 Resepsi Narasumber

Dari tabel diatas dapat dibaca bahwa seluruh narasumber menyatakan bahwa lelaki dalam video music *Obsession* tersebut bisa dikatakan maskulin apabila dilihat dari adegan yang dibawakan oleh member yang mana dalam adegan tersebut menunjukkan kekuatan yang dilakukan oleh para member. Dimana setelah melihat video tersebut, dalam menit 2:05 hingga 2:07 dan 1:46 hingga 1:50. Terdapat adegan dimana member grup Chanyeol dan Baekhyun melakukan kegiatan yang cukup menunjukkan kekuatan yang mereka punya. Dimana pada adegan tersebut mereka menunjukkan dengan berkelahi saling melawan dengan karakter yang baru diri mereka sendiri untuk saling melindungi dirinya masing masing.

Pada *scene* tersebut, dengan adegan yang mereka bawakan tersebut dapat mencerminkan salah satu dari sifat maskulin yakni sifat “*Be a Surdy Oak*, sifat laki-laki yang harus rasionalitas, kekuatan fisik dan jiwa dan kemandirian” (Demartoto, 2009:8). Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa seluruh narasumber memasuki kelompok Dominan dalam penerimaan pesan tersebut. Karena hasil analisis bersama narasumber tersebut mereka setuju dalam penerimaan isi pesan yang ada dalam adegan tersebut menunjukkan sifat maskulin yang bermakna menunjukkan kekuatan tersebut.

Seluruh narasumber berpendapat sama yakni mereka setuju (dominan) mengenai adanya salah satu sifat maskulin tergambar dalam tampilan yang dibawakan oleh member dalam adegan di video, karena dalam adegan yang dibahas narasumber Bersama peneliti tersebut menunjukkan adegan yang menggambarkan member melakukan adegan perkelahian yang mana masing masing member bertarung untuk unjuk kekuatan. Dan hal itu dianggap oleh seluruh narasumber bahwa adegan tersebut sangat menunjukkan sifat dan karakter dari maskulinitas nya seorang pria.

Pada pertanyaan selanjutnya peneliti bergeser ke pembahasan sifat lainnya. Dimana peneliti menemukan sifat-sifat maskulin lainnya yang tergambar pada video *Obsession* tersebut. Peneliti menangkap bahwa pada menit 1:27 hingga 1:50 menunjukkan sifat maskulin yang mana lelaki itu memiliki sifat berani, agresif dan tidak takut mengambil resiko. Dari sifat tersebut didukung dengan beberapa penggambaran yang ada dalam *music Video Obsession* tersebut. Seperti yang digambarkan dari aksi member Sehun yang dengan berani menarik tuas anak panahnya untuk melawan musuh yang ada di depannya serta aksi lainnya yang ditemukan dari adegan yang dilakukan member Baekhyun yang dengan berani melakukan kegiatan bela diri dalam melawan X EXO yang ada pada dirinya sendiri dengan melakukan pertarungan anggar yang terdapat pada menit 1:10 hingga menit 1:50 hal tersebut dapat menunjukkan sifat maskulin yang mana laki-laki mesti memiliki sifat “Give em Hell, laki-laki harus memiliki sifat berani, agresif dan tidak takut mengambil resiko” (Demartoto 2009:8).

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa semua narasumber setuju (dominan) dengan makna sifat lelaki maskulin harus bersifat berani dan tidak takut dalam mengambil resiko. Dimana dibuktikan dengan seluruh narasumber dapat dikelompokkan kedalam kelompok dominan dalam menerima pesan tersebut.

Seluruh narasumber tersebut menyatakan pendapatnya bahwa mereka setuju akan tampilan member di cuplikan adegan tersebut bisa dikatakan kedalam sifat maskulin yang mana lelaki tersebut dikatakan maskulin apabila bisa menunjukkan keberanian. Dimana hal tersebut dilihat pada adegan yang ada dalam *music video Obsession* adegan yang dilakukan oleh Baekhyun yang melawan diri lainnya untuk melindungi beberapa hal tersebut bisa dikatakan sebagai ciri dari sifat pria maskulin yang menunjukkan keberanian. Karena, sejatinya manusia diharuskan memiliki sifat berani terlebih dahulu untuk bisa melawan sesuatu yang ada di depan. Tak hanya kedua sifat diatas yang dapat menyatakan bahwa lelaki maskulin dapat dilihat dalam penggambaran karakter member di video *Obsession* tersebut. Dimana kedua sifat tersebut masuk kedalam sifat lelaki yang tidak segan untuk menunjukkan keberaniannya di muka umum serta lelaki yang memiliki sifat berani, agresif serta tidak takut untuk mengambil tindakan.

Dari segi visual member yang digambarkan dalam video *Obsession* tersebut juga bisa dikatakan sebagai lelaki maskulin. Walau memiliki banyak perbedaan pemahaman mengenai tata riasan yang digunakan dalam *music video* tersebut. Seperti adanya penggunaan riasan yang dilihat dari tampilan member di dalam video tersebut. Penggunaan riasan yang dibilang cukup tebal pun menjadi salah satu pembahasan dalam penelitian ini. Karena, penggunaan riasan yang oleskan di wajah member terkesan berlebihan dan cukup terlihat untuk penggunaan di wajah seorang pria. Hal tersebut sedikit bertolak belakang dengan sifat maskulinitas yang dikemukakan oleh Demartoto tersebut. Dimana terdapat salah satu sifat lelaki maskulin yang berbunyi “ No Sissy Stuff, seorang laki-laki tidak boleh menganut perilaku dikatakan lelaki itu bersifat maskulin ku seperti perempuan.” (Demartoto 2009:8).

Dengan adanya sifat yang mengatakan demikian, hal tersebut ternyata menciptakan jawaban dari narasumber yang bervariasi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan dua pertiga dari narasumber bersuara bahwa penggunaan riasan yang dioles pada wajah member di video tersebut hanyalah sebagai properti pendukung agar makna video yang dibuat dapat diterima dengan baik oleh audiens. Hal tersebut termasuk dalam kategori penerima pesan (Dominan). Karena sutradara memberikan konsep video yang terbilang cukup baru karena dalam konsep video *Obsession* ini sutradara memiliki tema yang mana member memiliki dua karakter yang cukup bertolak belakang satu sama lain. Maka dari itu penggunaan riasan

yang digunakan oleh member memberikan kesan perbedaan antara masing-masing sifat dan karakter dari member tersebut.

Seperti hasil yang diterima peneliti saat melakukan wawancara enam orang diantaranya menyatakan bahwa riasan yang digunakan oleh member tersebut hanya sebatas pemakaian luar saja dan hanya sebagai pendukung dari konsep pembuatan video. Karena dalam dunia seni riasan sangat digunakan untuk membantu aktris atau aktornya memeperkuat tujuannya dalam menyampaikan pesan yang ingin mereka sampaikan tersebut. Hal serupa sama juga dengan penggunaan riasan yang digunakan member dalam video tersebut, karena untuk membedakan kedua karakter yang ada di video tersebut, sutradara menggunakan pembeda pada member yang mana pembeda tersebut diterapkan dengan pemolesan riasan yang berbeda di setiap membeinya, hal tersebut agar pesan yang ada dalam video dapat diterima oleh audiens serta audiens paham dengan cerita video tersebut

Sedangkan sepertiga narasumber lainnya memiliki pemikiran yang berbeda dari penggunaan riasan dari para member tersebut. Mereka menyuarakan pendapat ketidaksetujuan terhadap penggunaan riasan member tersebut. Hal tersebut bisa dikategorikan ke dalam pembagian oposisi dalam penerimaan pesan. Dimana tiga orang diantara menganggap bahwa penggunaan riasan yang diterapkan pada wajah pria tersebut tidaklah dibenarkan, walau dalam video tersebut mereka menampilkan sisi adegan yang bisa disebut maskulin, tetapi penggunaan riasan tersebut tidak bisa diterima oleh ketiga kacamata narasumber tersebut. Karena bagi ketiga narasumber tersebut untuk melakukan adegan *action* yang cukup berani tersebut, lelaki tidak perlu menggunakan riasan yang cukup tebal seperti yang ada dalam video tersebut.

Sehingga jawaban dari ketiga narasumber tersebut bisa menjadikan perdebatan dalam hal penggunaan riasan yang diterapkan pada wajah member tersebut sehingga ditemukannya pernyataan yang menyatakan tidak setuju (oposisi) atas penggunaan riasan yang berlebihan tersebut. Dari ketiga jawaban berbeda yang diberikan oleh narasumber tersebut, peneliti menemukan fakta baru yang berkaitan dengan sifat lelaki maskulin yang mana lelaki tetap dikatakan maskulin dengan penggambaran karakter yang berbeda dari sifat maskulin yang ada, sehingga peneliti membahas maskulin dalam kajian lebih dalam lagi. Sehingga peneliti menemukan adanya pemikiran para ahli setempat yang menyatakan bahwa di Korea Selatan sendiri memiliki pemikiran baru mengenai maskulinitas, yaitu adanya sebutan baru yang disebut dengan *soft masculinity* dimana yang dikatakan “ karakter laki-

laki berwajah cantik, memiliki sifat lembut, *innocent* dan *pure* adalah konsep pemaknaan dari *Soft masculinity* atau *soft masculine*” (Jung dalam Hidayati, 2013, p.8-9). Dimana Di Korea Selatan sendiri penggambaran lelaki yang menggunakan riasan tersebut sangatlah wajar dikarenakan Korea Selatan sendiri merupakan negara dengan *fashion* dan penemuan *skin care* yang diakui di seluruh dunia. Serta perkembangan dalam media industri musik, film, dan lain-lain nya sangatlah berkembang pesat. Sehingga di Korea Selatan sendiri menggunakan paham tersebut untuk menyatakan lelaki yang berada di sekitarnya dianggap maskulin dengan tampilan seperti itu. Lelaki dengan tindakannya merawat kulit, berhias tipis, tidak segan menonjolkan ekspresinya, hingga menari tetap bisa dikatakan maskulin karena budaya dan lingkungan yang mereka tempati memiliki budaya seperti itu.

Sifat maskulin terakhir yang bisa dilihat dari penggambaran para member yaitu sifat “Laki-laki metroseksual adalah laki-laki yang memperhatikan gaya berpakaian, memperhatikan gaya hidup dan cenderung perfeksionis.” (Demartoto 2009:8). Korea Selatan sendiri sudah tidak bisa di bungkamkan mengenai perkembangan *fashion* nya. Perkembangan yang sangat pesat tersebut dimulai pada tahun 1945 sehingga pada tahun 2010 yang merupakan *fashion* berkembang bebas dan saat itu juga Korea Selatan memenangkan penghargaan terhadap *fashion casual street style* yang di khususkan untuk perempuan.

Sehingga pada video *Obsession* tersebut Member menggunakan *fashion* yang sangat menakjubkan dan hal tersebut dapat dilihat dari seluruh narasumber yang memberikan pernyataan setuju (dominan) terhadap hal tersebut. Narasumber berpendapat demikian karena mereka memahami perkembangan budaya dalam *style* yang digunakan oleh para warga negara di Korea selatan sangatlah memadai, dan penataan pakaian yang digunakan untuk para artis dan aktornya pun sangatlah di tata sedemikian rupa sehingga menunjukkan hasil yang terbaik.

Sehingga dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh sembilan narasumber tersebut, seluruhnya tidak segan membenarkan tentang pemilihan konsep serta penggunaan *wardrobe* dalam pembuatan video di Korea Selatan sangatlah matang. Matang yang dimaksud adalah dari pemilihan ide, konsep hingga pembuatan video sangat disusun rapi. dan yang sangat tampak nyata adalah dilihatnya dari penggunaan kostum yang tidak pernah terkesan asal-asalan ataupun biasa saja.

Dari beberapa pertanyaan yang dilontarkan peneliti saat wawancara berlangsung Bersama kesembilan narasumber tersebut, peneliti menemukan empat sifat diatas yang ada didalam video *Obsession* tersebut yang menunjukkan bahwa member menunjukkan sifat lelaki maskulin, dimana keempat sifat tersebut adalah sifat lelaki yang berani menunjukkan kekuatannya, lelaki berani menunjukkan keberaniannya di muka umum, lelaki yang tidak menggunakan atau bertindak layaknya perempuan serta terakhir, lelaki yang selalu menjaga tampilan dalam segi berbusananya. Dimana pernyataan bahwa gambaran lelaki maskulin terdapat dalam penggambaran member dalam video *Obsession* tersebut disetujui oleh narasumber berdasarkan hasil dari wawancara tersebut.



BAB IV

PEMBAHASAN

Konsep maskulinitas dikatakan juga bahwa konsep maskulinitas adalah bentuk dari konstruksi kekelakian seorang lelaki. Konsep maskulinitas berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Yang mana pemahaman makna maskulin yang selalu berubah setiap tahunnya berdasarkan faktor budaya disekitar yang mempengaruhinya, seperti makna maskulin yang memasuki tahun 1980 an “maskulin di beri makna bahwa bukanlah lelaki yang berbau *woodspice* lagi, dimana maskulin adalah lelaki yang berbau *new man*” Beynon (Nasir, 2007:3). Lalu memasuki di era 2000an lelaki dianggap maskulin apabila ia memiliki kekhasan dan mulai menunjukan sesuatu istilah tertentu. Dimana pemahaman makna maskulin laki-laki tersebut memiliki pemahaman yang cukup beragam oleh setiap orang dikarenakan adanya perbedaan latar belakang dari masing-masing individu.

Selain itu, maskulin di artikan juga seperti “maskulin merupakan sebuah bentuk konstruksi kekelakian terhadap laki-laki. Laki-laki tidak dilahirkan begitu saja dengan sifat maskulinnya secara alami, maskulinitas dibentuk oleh kebudayaan” (Barker 2001). Hal yang menentukan sifat perempuan dan laki-laki adalah kebudayaan. Secara umum

“maskulinitas tradisional menganggap tinggi nilai-nilai antara kekuatan, kekuasaan, ketabahan, aksi, kendali, kemandirian, kepuasan diri, kesetiakawanan laki-laki, dan kerja. Diantara yang dipandang rendah adalah hubungan interpersonal, kemampuan verbal, kehidupan domestik, kelembutan, komunikasi, perempuan, dan anak-anak” (Barker, 2001).

Sedangkan definisi lain menjelaskan bahwa “maskulin merupakan laki-laki yang terlihat sangat “kebapakan”, sebagai penguasa dalam keluarga, dan sosok yang mampu memimpin perempuan serta membuat keputusan yang utama” (Beynon,2007). Selain itu terdapat juga defini lainnya yaitu “maskulinitas sebagai bentuk praktik gender yang merupakan konstruksi sosial, maskulinitas mengacu pada tubuh laki-laki secara langsung maupun simbolis yang bukan ditentukan oleh biologis laki-laki” (Connell,2000).

peneliti menggunakan beberapa landasan terhadap pemaknaan akan sifat maskulin yang selalu berubah setiap tahunnya tersebut dan berbeda menurut berbagai sudut pandang

tokoh pemahamannya, Sehingga peneliti menemukan dan menggunakan beberapa sifat dari maskulinitas yang dikemukakan oleh David dan Brannon dalam Demartoto yang mana beliau menciptakan sifat dan karakteristik yang kuat dari makna maskulinitas tersebut. Dimana David dan Brannon yang menyebutkan bahwa maskulinitas memiliki sifat, antara lain:

- a. lelaki dikatakan maskulin apabila ia tidak menggunakan barang perempuan, serta menghindari perilaku seperti halnya perempuan (*No Sissy Stuff*).
- b. lelaki maskulin memiliki kedudukan serta pangkat yang penting. Karena dengan tingginya pangkat dan kekuasaan seorang lelaki dapat menjadi landasan kesuksesan laki-laki tersebut, serta dapat diukur pula tingkat tanggung jawab seorang lelaki tersebut atau (*Be a Big Wheel*).
- c. Memiliki tingkat kekuatan. kelekakian membutuhkan tingkat rasionalitas yang tinggi serta dapat unjuk kekuatan dan mengatur emosi yang ia punya (*Be a Sturdy Oak*).
- d. Menunjukkan keberanian, sifat lelaki yang mampu melindungi perempuan serta mampu mengambil risiko merupakan sifat maskulin yang ada di dalam individu lelaki (*Give em Hell*).

Selain pendapat mengenai sifat maskulin yang dikemukakan David dan Brannon diatas, peneliti menemukan dan menggunakan penggambaran sifat dan karakter mengenai maskulin yang dikemukakan Demartoto (2009:8) dalam bukunya bahwa terdapat delapan sifat yang dapat mengatakan bahwa laki-laki tersebut bersifat maskulin antara lain :

- a. *No Sissy Stuff*, seorang laki-laki tidak boleh menganut periladikatakan lelaki itu bersifat maskulin seperti perempuan.
- b. *Be a Big Wheel*, maskulinitas seorang laki-laki dilihat dari kesuksesan, kekuasaan dan pengakuan dari orang sekitar.
- c. *Be a Surdy Oak*, sifat laki-laki yang harus rasionalitas, kekuatan fisik dan jiwa dan kemandirian.
- d. *Give em Hell*, laki-laki harus memiliki sifat berani, agresif dan tidak takut mengambil resiko.
- e. *New man as Nurturer*, Laki-laki yang memiliki sisi kelembutan baik sebagai seorang bapak atau sebagai seorang lelaki diatas perempuan.

- f. *New Man as Narcissist*, laki-laki yang menunjukkan sisi maskulinitas dengan gaya hidup yuppies dan perlente.
- g. *The New Lad*, laki-laki yang tingkat maskulinitasnya diukur dari karakter macho, suka kekerasan, hooliganism. Laki-laki yang hidup pada dunia sepak bola, seks, mengutamakan leisure time, dan bersenang senang dengan teman laki-laki dan perempuan.
- h. Laki-laki metroseksual adalah laki-laki yang memperhatikan gaya berpakaian, memperhatikan gaya hidup dan cenderung perfeksionis.

Pada penelitian ini yang membahas serta penemuan pemaknaan makna maskulin yang ada dalam video lagu *Obsession* tersebut, peneliti menemukan beberapa bukti yang menunjukkan bahwa adanya makna maskulinitas yang digambarkan dalam beberapa adegan, sifat, dan tampilan yang dibawakan para member EXO dalam video tersebut. Seperti ditemukannya pemaknaan sifat maskulin yang berkaitan dengan sifat “*Be a Sturdy Oak*, sifat laki-laki yang harus rasionalitas, kekuatan fisik dan jiwa dan kemandirian”. Sifat yang menunjukkan adanya sifat yang lelaki maskulin yang tidak segan menonjolkan kekuatan tersebut terdapat pada gambaran adegan yang terdapat pada video lagu *Obsession* dalam menit 2:05 hingga 2:07 dan 1:46 hingga 1:50. Terdapat adegan dimana member grup Chanyeol dan Baekhyun melakukan kegiatan yang cukup menunjukkan kekuatan yang mereka punya. Dimana pada adegan tersebut mereka menunjukkan dengan berkelahi saling melawan dengan karakter yang baru diri mereka sendiri untuk saling melindungi dirinya masing masing.

Dalam adegan pada menit tersebut peneliti menemukan beberapa bukti berdasarkan hasil wawancara yang membantu mendorong adanya pemaknaan tersebut seperti adanya yang beranggapan bahwa dalam adegan di menit tersebut para member menunjukkan aksi bela dirinya dengan sekuat tenaga dan hal tersebut yang membantu penglihatan adanya makna sifat lelaki maskulin dalam cuplikan video tersebut. Selain itu dengan adanya cuplikan adegan perkelahian dari masing-masing member yang melawan sisi lain dari dalam diri mereka sudah sangat menunjukkan kekuatan masing masing, karena adegan perkelahian yang dibawakan tersebut sudah sangat mendukung akan penggambaran sifat maskulin tersebut.

Selain adanya pemaknaan sifat maskulin lelaki mampu menunjukkan kekuatannya, peneliti menemukan sifat lainnya yang mendukung penggambaran sifat lelaki maskulin yang

digambarkan dalam video seperti pada menit 1:27 hingga 1:50 menunjukkan sifat maskulin yang mana lelaki itu memiliki sifat berani, agresif dan tidak takut mengambil resiko. Dari sifat tersebut didukung dengan beberapa penggambaran yang ada dalam *music Video Obsession* tersebut. Seperti yang digambarkan dari aksi member Sehun yang dengan berani menarik tuas anak panahnya untuk melawan musuh yang ada di depannya serta aksi lainnya yang ditemukan dari adegan yang dilakukan member Baekhyun yang dengan berani melakukan kegiatan bela diri dalam melawan X EXO yang ada pada dirinya sendiri dengan melakukan pertarungan anggar yang terdapat pada menit 1:10 hingga menit 1:50 hal tersebut dapat menunjukkan sifat maskulin yang mana laki-laki mesti memiliki sifat “Give em Hell, laki-laki harus memiliki sifat berani, agresif dan tidak takut mengambil resiko”(Demartoto 2009:8).

Dengan adanya penggambaran makna maskulin yang mana lelaki diharuskan memiliki sifat berani dan agresif tersebut dapat didukung dengan bukti seperti bahwa lelaki yang ada dalam gambaran di video *Obsession* tersebut bisa dikatakan maskulin karena terdapat beberapa poin yang menggambarkan bahwa mereka menunjukkan sifat maskulin seperti sifat berani dan memiliki kekuatan. Hal tersebut juga ditunjukkan dengan adanya adegan yang dilakukan member serta sifat member yang berani melakukan adegan yang cukup beresiko tersebut. Karena, sebagai lelaki butuh memiliki keberanian terlebih dahulu untuk bisa melakukan kegiatan yang cukup berbahaya tersebut. Lalu adanya adegan saling melindungi dengan melakukan perkelahian tersebut juga dapat menunjukkan sisi keberanian dari para member didalam video *Obsession* tersebut.

Selain kedua sifat diatas terdapat penemuan sifat maskulin lainnya yang ada pada video *Obsession* tersebut yakni dalam segi tampilan visual member dalam video “ No Sissy Stuff, seorang laki-laki tidak boleh menganut perilaku dikatakan lelaki itu bersifat maskulin ku seperti perempuan.” (Demartoto 2009:8). Penggunaan riasan yang digunakan member dalam syuting video *Obsession* juga cukup menyita perhatian khalayak. Penggunaan riasan yang cukup tebal tersebut membuat banyak mata yang melihat memiliki pemahaman yang berbeda.

Kali ini peneliti menemukan beberapa bukti mengenai hal tersebut dimana adanya penerimaan akan hal tersebut tetapi ada juga yang bertolak belakang akan anggapan tersebut. Seperti adanya yang beranggapan bahwa penggunaan riasan yang diaplikasikan pada member hanya lah bagian dari konsep pembuatan video. Karena dalam seni penggunaan

riasan dibutuhkan untuk mempercepat penerimaan pesan kepada audiens. Sama halnya dengan riasan yang digunakan member dalam video tersebut hanya sebagai faktor pendukung didalam *stage* pembuatan video yang bertujuan untuk mengirimkan makna pesan agar dapat diterima audiens dengan benar.

Selain hal tersebut dapat diterima oleh sebagian audiens, terdapat pula penolakan akan penggunaan riasan yang digunakan member tersebut karena bagi beberapa orang penggunaan riasan bagi lelaki tidak bisa di toleransi karena lelaki maskulin sejatinya tidak diharapkan menggunakan riasan dalam Batasan banyak ataupun sedikit. Karena lelaki dalam video tersebut bisa dikatakan maskulin berdasarkan sifat dan tampilan pembawaannya tetapi dari segi tampilan masih belum bisa dikatakan maskulin karena penggunaan *make up* tersebut.

Selain yang pendapat yang dikemukakan narasumber Oca yang telah dibahas di atas tersebut, pendapat yang diberikan oleh narasumber Icha dan Ana juga dapat menjadi perdebatan dalam penggunaan riasan yang digunakan member tersebut bahwa ditemukannya pernyataan yang menyatakan tidak setuju (oposisi) atas penggunaan riasan yang berlebihan tersebut. Karena bagi ketiga narasumber, penggunaan riasan yang diaplikasikan di wajah pria dalam taraf tebal maupun tipis tidak bisa ditoleransi oleh narasumber. Karena baginya lelaki maskulin itu tetap tidak dimaklumi apabila menggunakan *make up*.

Dengan adanya perbedaan akan pemahaman dalam penggunaan *make up* tersebut peneliti menggali makna maskulin lebih jauh lagi hingga ditemukannya makna maskulin baru yang beredar di Korea Selatan sendiri yang mana memiliki pemikiran baru mengenai maskulinitas, yaitu adanya sebutan baru yang disebut dengan *soft masculinity* dimana yang dikatakan “karakter laki-laki berwajah cantik, memiliki sifat lembut, *innocent* dan *pure* adalah konsep pemaknaan dari *Soft masculinity* atau *soft masculine*” (Jung dalam Hidayati, 2013, p.8-9). Maskulinitas dapat berubah-ubah berdasarkan dengan dekonstruksi dari budaya tersebut. Makna perubahan maskulinitas muncul berdasarkan dari pengaruh kehidupan keseharian masyarakat daerah tersebut, dimana ditentukan dari cara berperilaku masyarakat serta cara berorganisasi masyarakat tersebut. R.W. Connell berpendapat bahwa "maskulinitas dapat berbeda berdasarkan dengan budaya dan periode sejarah yang berbeda. serta sebelum adanya perilaku yang khas dalam bersosial dari individu tidak pula di menimbulkan maskulinitas” (dalam Jung, 2011 : 25) . Sisi maskulin yang disampaikan oleh *idol* Korea Selatan memiliki makna yang cukup berbeda dari makna maskulinitas yang telah

ada sebelumnya. *Soft masculinity* secara umum dijelaskan sebagai perawakan feminin dari para *idol* lelaki Kpop . Dalam definisi “*soft masculinity*, ketika laki-laki menggunakan riasan dan terlihat cantik bukan berarti mereka tidak maskulin” (Ayuningtyas, 2017). Baik dalam kepribadian dan keadaan tubuh individu yang tetap. Selain itu *soft masculinity* juga memiliki makna seperti “*soft masculinity* adalah versi maskulinitas yang kurang opretif” (Subandiy Ibrahim, 2014:171).

Dalam bukunya, Jung 2011:25, membahas lebih lanjut mengenai maskulinitas. Dimana dalam penelitiannya yang dilanjutkan oleh Connell maskulinitas tersebut diciptakan berdasarkan praktik keseharian serta dipelihara secara kultural. seperti bagaimana cara berpakaian, tindakan orang tersebut serta bagaimana mereka berbicara yang dilakukan dengan cara yang terkhususkan berdasarkan gender mereka.

Korea Selatan sendiri menentukan perubahan maskulin berdasarkan beberapa komponen yang dijelaskan oleh Moon Seung-Sook yaitu:

“perubahan maskulinitas pria berdasarkan 3 komponen penentu, dimana dengan kegiatan wajib militer yang dilakukan pria Korea Selatan, kemampuan seorang pria dalam memenuhi kebutuhan berkeluarganya, lalu bagaimana cara pria bekerja di kesehariannya”(dalam Jung, 2011: 25).

Tetapi berdasarkan perkembangan dunia industri di Korea Selatan, yakni penyebaran dunia *hallyu* yang berkembang pesat di kalangan dunia. Hal tersebut merubah pula makna maskulinitas secara perlahan di sudut pandang masyarakat. Dapat yang dikatakan Jung bahwa :

“maskulinitas Korea Selatan dapat berubah karena globalisasi dan transkultural yang terpisah, di mana maskulinitas Korea Selatan direkonstruksi dan diidentifikasi kembali berdasarkan pada keinginan ambivalen khalayak berdasarkan perputaran yang disebabkan praktik budaya campuran yang mana menonjolkan ciri khas dari masing masing wilayahnya tersebut” (Jung, 2011 : 4).

Seperti halnya banyaknya *idol hallyu* yang mengungkapkan maskulinitas mereka dengan menampilkan fashion yang cukup berbeda dengan penggambaran maskulinitas pada zaman dahulu. Dengan adanya pemaknaan maskulin yang disebut *soft masculinity* di Korea Selatan tersebut menandakan bahwa adanya pemahaman yang membahas bagaimana tampilan luar sehingga sifat yang sering diterapkan oleh lelaki di Korea Selatan. Seperti, adanya lelaki yang selalu menjaga kesehatan kulit wajah maupun badan, hal tersebut

dibuktikan dengan perilaku pria Korea yang selalu menggunakan *skin care* untuk perawatan tubuh mereka, selain itu penataan gaya busana harian yang dilakukan lelaki maupun wanita di Korea Selatan sangatlah terkonsep dan terakhir penggunaan riasan yang dioleskan tipis di wajah pria Korea Selatan sangat lah lumrah. Dengan beberapa hal yang ada dalam karakter lelaki di Korea Selatan tersebut memberikan keterangan bahwa penggunaan riasan yang dilakukan *idol* dalam *music video* tersebut bisa tetap dikatakan maskulin dengan pengecualian bahwa mereka bisa dikatakan juga lelaki yang masuk ke dalam golongan lelaki *soft masculin*.

Penemuan sifat maskulin dalam video terakhir ditemukan dalam sifat lelaki maskulin “Laki-laki metroseksual adalah laki-laki yang memperhatikan gaya berpakaian, memperhatikan gaya hidup dan cenderung perfeksionis.” (Demartoto 2009:8). Hal tersebut sudah sangat dinilai di ajang *fashion* di seluruh dunia bahwa Korea Selatan sendiri sudah tidak bisa di bungkamkan mengenai perkembangan *fashion* nya. Perkembangan yang sangat pesat tersebut dimulai pada tahun 1945 sehingga pada tahun 2010 yang merupakan *fashion* berkembang bebas dan saat itu juga Korea Selatan memenangkan penghargaan terhadap *fashion casual street style* yang di khususkan untuk perempuan.

Hal tersebut terbukti dengan penggunaan *fashion* member dalam video klip lagu *Obsession* tersebut bahwa mereka menggunakan pakaian yang terbilang *stylist* di mata dunia. hal tersebut dibuktikan dengan pemaparan konsep video klip yang sangat matang hingga penggunaan *wardrobe* yang sangat memadai sehingga video lagu yang diluncurkan oleh grup musik dari Korea Selatan pun selalu dianggap sebagai *music video* yang tergolong sukses dari berbagai aspek yang ada.

Beberapa hal yang telah dijelaskan berikut tadi merupakan beberapa gambaran adanya keterkaitan pemikiran lelaki maskulin yang ada dalam tampilan member EXO dalam *music video Obsession* tersebut. Empat sifat tersebut dapat dilihat dari gambaran member dalam tampilan yang mereka bawakan dalam penayangan video *Obsession* tersebut. Sehingga gambaran lelaki yang ada dalam video *Obsession* tersebut bisa dikatakan lelaki maskulin yang mana berdasarkan dari sifat maskulin yang dikemukakan oleh Demartoto.

BAB V

PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tersebut peneliti mengelompokkan kedalam tiga bagian penerimaan pesan yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Dimana berdasarkan hasil wawancara narasumber hanya ditemukan dua pembagian tipe penerimaan pesan yakni dominan dan oposisi, hal tersebut dikarenakan seluruh narasumber memiliki keyakinan besar akan jawaban yang mereka lontarkan saat wawancara berlangsung.

Hal tersebut terbukti dimana sembilan dari sembilan narasumber memberikan jawaban yang menyatakan rasa setuju (Dominan) terhadap pernyataan sifat maskulin bahwa member dalam *music video Obsession* tersebut menggambarkan salah satu dari sifat-sifat pria maskulin berdasarkan Demartoto yang mana pria mampu menunjukkan kekuatannya. Gambaran member tersebut menjadi salah satu bukti bahwa lelaki bersifat maskulin dapat dilihat dari gambaran lelaki di *music video Obsession*.

Selain sifat di atas, peneliti menggeser pertanyaan untuk memperkuat hasil analisis. Ditemukan jawaban bahwa sembilan dari sembilan narasumber setuju (Dominan) terhadap gambaran member dalam *music video Obsession* memiliki salah satu sifat maskulin lainnya, yaitu lelaki tidak segan untuk menunjukkan keberaniannya dan tidak takut dalam mengambil tindakan. Hal tersebut dibuktikan dengan didukungnya adegan yang ada dalam *music video* tersebut. Hal tersebut menjadi salah satu kunci bukti bahwa penggambaran lelaki maskulin terdapat dalam karakter member di *music video Obsession*.

Dari segi tampilan visual member yang memiliki tampilan sangat mencolok tersebut membuat peneliti untuk mengajukan pertanyaan yang berkaitan. Dimana diperoleh hasil enam dari sembilan narasumber berpendapat setuju (Dominan) akan penggunaan riasan di wajah member grup hanya sebatas konsep dari penyajian video, dan hal tersebut tidak

menjadi penghalang para member untuk tetap terlihat maskulin. serta tiga dari sembilan narasumber berpendapat bahwa mereka tidak mentoleransi akan penggunaan riasan pada lelaki (oposisi).

Sifat maskulin terakhir yang ditemukan tersebut digambarkan dari video adalah segi penataan fashion yang sangat tepat. Dimana semua narasumber setuju (dominan) terhadap penggambaran lelaki maskulin yang sangat peduli *fashion* tersebut terdapat pada penggambaran member di *music video Obsession*.

Berdasarkan pemahaman narasumber akan sifat maskulin yang tergambar pada dua sifat terakhir yang ditemukan, adanya perbedaan dalam penerimaan pesan pada sifat penggunaan riasan yang digunakan member dalam video. Hal ini membuat peneliti untuk memahami lebih dalam mengenai teori maskulin, sehingga ditemukan pembagian makna maskulin yang dikhususkan kepada pria di Korea Selatan yakni *soft masculinity*. Dimana karakter lelaki yang menggambarkan *soft masculinity* adalah lelaki yang memiliki kelembutan, berparas cantik, memiliki sifat *innocent*, dan *pure*. Maskulinitas dapat berubah-ubah berdasarkan dengan dekonstruksi dari budaya tersebut. Makna perubahan maskulinitas muncul berdasarkan dari pengaruh kehidupan keseharian masyarakat daerah tersebut. Lelaki Korea Selatan dengan kesehariannya yang selalu menjaga dan menggunakan *skin care* untuk merawat tubuh, penggunaan riasan tipis di wajah lelaki, serta penggunaan dan pencocokan *style* harian yang digunakan lelaki dalam kesehariannya, sangat lah terbilang wajar dan tetap dikatakan lelaki maskulin dengan berbagai sifat yang beredar di lingkungannya.

Berdasarkan empat pertanyaan yang diberikan peneliti saat wawancara hanya ditemukan dua tipe penerimaan pesan yaitu oposisi dan dominan. Dimana seluruh narasumber berpendapat setuju terhadap penemuan sifat maskulin lelaki memiliki kekuatan, keberanian, dan lelaki yang mementingkan penampilannya. Sedangkan terdapat tiga narasumber menempati posisi oposisi dalam penggambaran lelaki yang menggunakan riasan. Lalu, enam diantaranya menerima atau setuju (dominan) atas penggambaran visual member yang menggunakan riasan, dengan alasan bahwa riasan hanya sebagai hal pendukung dalam pembuatan video. Sehingga negosiasi tidak ditemukan saat wawancara berlangsung terhadap kesembilan narasumber tersebut.

b. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan saat ini, peneliti merasa masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, di antaranya sebagai berikut :

1. Adanya pandemi covid-19 cukup menghambat peneliti dalam proses wawancara berlangsung. Karena susahnya negosiasi yang dilakukan antara peneliti dan narasumber dalam pemilihan proses wawancara akan dilakukan secara luring atau daring.
2. Kurang terbukanya jawaban narasumber saat wawancara berlangsung, sehingga peneliti menemukan beberapa jawaban narasumber yang cukup monoton di beberapa pertanyaan hal tersebut dikarenakan terpecahnya fokus narasumber dengan lingkungan sekitar saat wawancara berlangsung.

c. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti menemukan beberapa saran yang akan diberikan kepada penelitian selanjutnya :

1. Disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk memberikan perbandingan dua *music video* yang memiliki kesamaan tema. Untuk dapat dijadikan pembahasan mengenai maskulinitas yang baru.
2. Pengebangan pembahasan penelitian selanjutnya dengan mencantumkan konsep lain yang berkaitan. Seperti, feminisme dan maskulinitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti Pratiwi.2016.*Penerimaan Penggemar Kpop Terhadap Gambaran Pria Soft Masculine Boyband EXO di Music Video “Miracle in December*.Jurnal e-komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya. diakses pada <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4888>
- Febrian.2012.*Analisis Resepsi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Semarang terhadap tayangan iklan televisi layanan SMS premium versi ramalan paranormal*. Jurnal THE MESSENGER, Volume IV, Universitas Semarang. diakses pada <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/viewFile/160/132>
- Tunshorin, Cahyo.2016.*Analisis resepsi budaya populer korea pada internal jewel dance community jogjakarta*.jurnal komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. diakses pada <https://media.neliti.com/media/publications/224286-analisis-resepsi-budaya-populer-korea-pa.pdf>
- Adi, Tri Nugroho. 2012. *mengkaji khalayak media dengan dengan metode penelitian analisis resepsi*.jurnal komunikasi Universitas Jenderal Soedirman.diakses pada <https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2012/02/16/mengkaji-khalayak-media-dengan-metode-penelitian-resepsi/>
- Permata Sari. Ratna. 2012.*Fandom dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja*.Jurnal komunikasi, ISSN Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Arbain. Janu dkk.2015.*pemikiran gender menurut para ahli:Telaah atas Pemikiran Amina Wadud Muhsin, Asghar Ali Engineer, dan Mansour Fakih*.Jurnal Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Putri Perdini. Idola dkk.2019.*K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*.

Jurnal Komunikasi Universitas Telkom Bandung.

- Muhammad Ardian.Rendy.2016.*Pemaknaan Maskulinitas Selebriti Pria Korea dalam Variety Show Running Man. skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro.*
- Ayuningtyas.Paramita.2016.*INDONESIAN FAN GIRLS' PERCEPTION TOWARDS SOFT MASCULINITY AS REPRESENTED BY KPOP MALE IDOLS.*English Department, Faculty of Humanities, Bina Nusantara University. diakses pada file:///C:/Users/suci/Downloads/166519-EN-indonesian-fan-girls-perception-towards.pdf
- Adinata.Kipu.2020.*REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM WEB SERIES Analisis Semiotik Dalam Axelerate The Series & Malam Minggu Miko.*skripsi.Ilmu Komunikasi.Universitas Islam Indonesia.Diakses pada file:///C:/Users/suci/Downloads/Skripsi%20%20KIPAU.pdf.
- Mertha jaya, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. (2020). (n.p.): Anak Hebat
- Anggito, Albi & Johan. Metodologi penelitian kualitatif. (2018). (n.p.): CV Jejak (Jejak Publisher).
- Pujarama Widya dan Rizki Yustisia Ika. Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media: untuk Peneliti Pemula dan Mahasiswa S-1. (2020). (n.p.): Universitas Brawijaya Press.
- Ida. Rachma. Metode Penelitian: Studi Media dan Kajian Budaya. (n.d.). (n.p.): Kencana.
- Anggito, Albi dan Setiawan, Johan. Metodologi penelitian kualitatif. (2018). (n.p.): CV Jejak (Jejak Publisher).
- Morissan. Teori Komunikasi Individu Hingga Masa. (2015). (n.p.): Prenada Media.
- Rukin. Metodologi Penelitian Kualitatif. (n.d.). (n.p.): Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Ibrahim, I. S., Akhmad, B. A. (2014). Komunikasi dan komodifikasi: mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi. Indonesia: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- EXO *squad*.EXO For You. (2018). (n.p.): Hikaru Publishing.
- Isma,Tantawi. Terampil berbahasa Indonesia: Untuk Perguruan Tinggi. (2019). (n.p.): Prenada Media.
- Handaningtias,dkk.2018.*Dekonstruksi Makna Maskulinitas pada Trend Korea Pop (KPOP) Sebagai Praktik Identitas Remaja.* diakses pada <http://repository.fisip-untirta.ac.id/sembilan67/>
- Anggrahinita,Dita.2019.*Fluiditas Maskulinitas dan Feminitas dalam Boyband Kpop sebagai Produk Industri Budaya.*KAFA'AH JOURNAL, sembilan (2),

2019,(205-212). diakses pada
https://www.researchgate.net/publication/33886264sembilan_Fluiditas_Maskulinitasdan_Feminitas_dalam_Boyband_Kpop_sebagai_Produk_Industri_Budaya

Kartika.Sekar Hayu Rifna.2019.*Maskulinitas dan Perempuan: Resepsi Perempuan terhadap Soft Masculinity dalam Variety Show*.Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 1Nomo1,23 -41. diakses pada
<https://journal.uc.ac.id/index.php/calathu/article/view/774>

Krissetyoningrum, Diyan.2014.*Dekonstruksi Maskulinitas dan Feminitas dalam Sinetron ABG Jadi Manten*. diakses pada
<https://www.neliti.com/id/publications/183340/dekonstruksi-maskulinitas-n-feminitas-dalam-sinetron-abg-jadi-manten>



DRAFT PERTANYAAN

1. sudah berapa lama kamu mengikuti dunia kpopers?
2. sebagai pengikut genre musik kpop, apa kamu mengetahui dan mengikuti boyband EXO?
3. sudah berapa lama kamu menyukai boyband EXO?
4. apakah kamu menikmati/menyukai semua lagu yang EXO keluarkan?
5. Apa kamu sebelumnya sudah pernah melihat MV dari EXO yang judulnya Obsession?
6. bisa ceritakan sedikit tanggapanmu setelah melihat music video tersebut?
7. kamu familiar dengan kata maskulin ngga? menurut kamu maskulin itu gimana sih?
8. jika belum akan dijelaskan singkat!
9. dalam sifat maskulin yang telah dibahas terdapat sifat “lelaki memiliki tingkat kekuatan”. sehingga pada menit 1:45 sampai 1:50 pada video tersebut terdapat adegan *fight* yang dilakukan baekhyun dan sehun, menurutmu apakah adegan berikut termasuk dalam penggambaran makna kekuatan tersebut?
10. Dari cuplikan adegan pada menit 1;27 hingga 1:50 apakah bisa menunjukkan karakter sifat dari laki-laki maskulin?
11. dalam makna maskulin terdapat makna “bahwa laki-laki tidak menggunakan riasan layaknya wanita/penggunaan barang wanita” tetapi dalam video tersebut seluruh member menggunakan riasan atau riasan yang cukup mencolok, apakah menurutmu tampilan member tersebut menggambarkan laki-laki yang maskulin ?
12. makna lagu obsession tersebut adalah “tentang perasaan muak akibat obsesi seseorang yang ingin merusak dirinya sendiri.” sehingga dalam video didukung pula dengan tampilan member yang menampilkan sisi gelap dan jahat dari lelaki. apakah kamu setuju kalau lelaki dengan tampilan yang ada dalam mv tersebut sesuai dengan makna maskulin?, karena makna lelaki maskulin yang sesungguhnya ialah lelaki dapat mengontrol emosi dan kekuatan sesuai dengan kondisinya.?
13. Apakah menurut mu tampilan fashion member menggambarkan lelaki maskulin?

14. dari makna lagu dan dengan tampilan video yang disuguhkan, apakah menurut kamu menggambarkan tampilan lelaki maskulin?

