

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Korean wave atau kerap disebut *Hallyu* adalah suatu sebutan yang biasa digunakan untuk menyebut budaya populer Korea Selatan yang sangat populer di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia (Shim, 2006). Pada saat kepresidenan Kim Dae Jung, *Korean wave* memang sudah sejak awal dirancang untuk dipasarkan ke berbagai negara sejalan dengan adanya bantuan penuh yang datang dari pemerintahan Korea Selatan. *Korean wave* dapat disebut sebagai rancangan dari pemerintah Korea Selatan yang memiliki tujuan untuk memperbaiki kesan Korea dari penglihatan negara lain. (Putri, I., et al., 2019: 69). Keberadaan budaya populer asal Korea ini cenderung mudah untuk diterima oleh banyak orang dari berbagai kalangan sehingga menjadikannya sebagai suatu fenomena *Korean wave*.

Fenomena *Korean wave* di Indonesia dapat dilihat dari kalangan generasi muda. Perkembangan *Korean wave* di Indonesia sudah mulai terjadi semenjak awal tahun 2000-an dan mulai berkembang dengan pesat di Indonesia pada saat momen Piala Dunia Korea Selatan dengan Jepang, momentum tersebut kemudian ditayangkan di salah satu stasiun televisi yang ada di Indonesia. Lalu, momen tersebut dimanfaatkan untuk mempromosikan drama seri Korea Selatan dan tayang di Trans Tv pada tanggal 26 Maret 2002 untuk pertama kalinya (Putri, I., et al., 2019: 69). Suksesnya penayangan tersebut membuat pemerintah Korea

Selatan mulai mengenalkan beberapa seri lain dari *Korean wave* karena dianggap menguntungkan negara mereka.

Keberhasilan pemerintahan Korea dalam mempromosikan Drama Korea, menjadikan *Korean wave* bukan lagi mengenai serial Drama Korea saja tetapi terdapat di dalamnya banyak seri lain seperti K-Beauty, K-Food, K-Pop, K-Fashion dan banyak seri lainnya. *Korean wave* akhirnya masuk dan mulai membawa beberapa pengaruh berupa *trend fashion*, permainan, hiburan, makanan serta berbagai tren lainnya (Daulay, 2019:23)

K-Pop adalah satu diantara banyaknya produk dari *Korean wave* yang populer dan banyak dibicarakan serta diminati oleh masyarakat Indonesia terutama pada kalangan generasi muda. *Korean Pop* atau K-Pop merupakan sebuah jenis aliran musik yang berasal dari Korea Selatan. Musik tersebut identik dengan nuansa lagu yang ceria dengan tempo cepat, dan diiringi *modern dance*, serta menggunakan bahasa campuran Korea dan Inggris pada lirik lagunya (Yuanita, S., 2012).

Peningkatan popularitas K-Pop di Indonesia tidak lepas dari banyaknya tayangan drama Korea di stasiun televisi Indonesia yang terlebih dahulu sudah mendapatkan tempat tersendiri di hati masyarakat. Mengikuti jejak K-Drama, popularitas K-Pop di Indonesia juga membuat stasiun televisi Indonesia makin bersemangat untuk membagi informasi mengenai K-Pop. Salah satunya adalah stasiun televisi Indosiar yang membeli hak siaran acara Mnet Asian Music Award (MAMA) dan acara Musik Bank dari stasiun Tv KBS (Astuti, dalam Apriliani & Setiawan, 2019: 108). Semakin banyaknya tayangan K-Pop di televisi Indonesia

membuat K-Pop menjadi semakin fenomenal dan mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat.

Fenomena K-Pop di berbagai negara termasuk Indonesia menyebabkan mereka memiliki banyak pengikut dan memunculkan suatu kelompok penggemar. Kelompok penggemar K-Pop disebut sebagai fandom untuk setiap idola/grup. Fandom berasal dari kata fan dan dom. Fan merupakan manifestasi dari antusiasme dan kesetiaan dan akhiran kata dom seperti *freedom* atau *kingdom*. Fandom merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan subkultur yang diciptakan oleh sekelompok orang yang mempunyai rasa kekeluargaan dan berbagi nilai dengan anggota lain yang memiliki ketertarikan yang sama (Tartila, 2013: 6).

Komunitas penggemar K-Pop datang dari berbagai negara di seluruh dunia. Menurut perkiraan dari Korea Foundation, ada 100 juta penggemar K-Pop yang tersebar di berbagai negara. Korea Foundation merupakan yayasan yang berafiliasi dengan pemerintahan Korea, data terbaru dari Korea Foundation menunjukkan ada 100 juta orang yang terlibat dalam *Korean wave* di 1,835 klub dari berbagai negara pada September 2020 dan mengalami kenaikan sekitar 5,45 juta anggota dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Muthiasp, 2021). Salah satunya adalah Indonesia yang memiliki populasi penggemar K-Pop yang sangat signifikan.

Menurut studi yang dilakukan pada tahun 2014 oleh Jung & Shim, Indonesia menjadi salah satu negara yang menjadi penyumbang penggemar K-Pop terbesar di dunia, penelitian tersebut menyatakan bahwa Indonesia

merupakan negara yang sering berkontribusi dalam perolehan keuntungan artis K-Pop yang diperoleh dari situs media sosial seperti Youtube dan Twitter (Putri & Savira, 2021: 2). Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya cuitan masyarakat Indonesia mengenai K-Pop di Twitter.

Twitter Korea mempublikasikan data mengenai negara mana saja yang mempunyai pecinta K-Pop paling banyak dan juga negara mana yang membicarakan K-Pop paling banyak di Twitter dalam tahun 2021. Data ini diperoleh dari data internal Twitter dan Global Tweets yang diperoleh dalam periode waktu 1 Januari sampai dengan 31 Desember 2021. Berikut ini 5 negara yang tercatat sebagai negara yang memiliki penggemar K-pop paling banyak pada tahun 2021:

- 1) Indonesia
- 2) Jepang
- 3) Filipina
- 4) Korea Selatan
- 5) Amerika Serikat

Twitter Korea juga mempublikasikan data tentang negara yang sangat banyak berbicara mengenai K-Pop selama tahun 2021. Pada tahun 2021, sekitar 7,8 miliar orang memberi cuitan¹ global yang menggunakan tagar #KpopTwitter. Angka yang disebutkan di atas tersebut naik melebihi dari tahun sebelumnya,

¹ Cuitan merupakan postingan, tulisan, atau tweet pada aplikasi Twitter atau aplikasi X. Istilah cuitan berasal dari logo Twitter yaitu wujud burung. Jadi istilah cuitan tersebut merujuk pada penggunaan twitter yang memberikan suara, ungkapkan pendapat, opini, atau saling membagi berbagai informasi.

yakni sekitar 6,7 miliar cuitan. Dalam dua tahun, Indonesia berada di peringkat teratas dengan cuitan paling banyak (KBS Editor, 2011).

Menjamurnya penggemar K-Pop di Indonesia juga terbukti dari seberapa seringnya bintang idola K-Pop mengadakan konser di Indonesia. Dalam rentang waktu satu bulan terdapat beberapa grup K-Pop yang datang dan menggelar konser di Indonesia. Menurut sebuah artikel yang diterbitkan oleh IDN Times, pada tahun 2022 tercatat sebanyak 15 jadwal artis K-Pop yang melakukan konser dan fanmeet K-Pop di Indonesia (IDN Times, 2022). Pada saat konser, *fanmeet* dan banyak aktivitas penggemar K-Pop lainnya maka penggemar akan menjalankan suatu kegiatan yang disebut dengan *fangirling* untuk wanita (memiliki asal kata dari *fangirl*). Sedangkan penggemar laki-laki disebut sebagai *fanboy*. Kategori *fanboy* dan *fangirl* telah diberi perbedaan karena adanya perbedaan spesifik dalam aktivitas yang mereka lakukan dalam sebuah fandom. Tetapi, pada dasarnya penggemar/*fans*/konsumen adalah hal yang sama.

Kemudahan *fans* dalam mengakses informasi mengenai K-Pop melalui media massa secara tidak langsung akan membuat para penggemar K-Pop ini ikut ke dalam pola dan gaya hidup yang ditampilkan oleh idolanya. Gaya hidup ini sangat berperan dalam pembentukan identitas (*cultural identity*) dan perbedaan (*cultural difference*), karena suatu gaya hidup itu dibangun untuk memperlihatkan identitas dan sebagai suatu pembeda. Dengan demikian, masing-masing komunitas yang terbentuk akan menjalankan gaya hidup yang berbeda dengan komunitas yang lain untuk menjadi penanda akan eksistensi komunitasnya (Ilham, 2018: 17).

Hegemoni budaya K-Pop sudah dapat menggeser tren dan selera musik pada masyarakat Indonesia. Selain itu, K-Pop juga mempengaruhi gaya hidup seperti pola berfikir, cara berbusana, tren kecantikan, bahasa dan gaya berbicara pun mulai terpengaruh dengan budaya K-Pop. Hegemoni K-Pop memperlihatkan bagaimana pengaruh kuat budaya populer Korea yang begitu besar terhadap budaya dan tren yang ada pada kalangan generasi muda. Dominasi budaya ini menyebabkan kurangnya minat pada budaya lokal oleh generasi muda. Menjadi *fans* K-Pop, tidak hanya menjadikan seseorang sebagai penikmat musik K-Pop saja, akan tetapi ada banyak kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh seorang konsumen K-Pop, penggemar K-Pop tanpa ragu dan tanpa sadar mulai meniru cara bertingkah laku, gaya berpakaian, mengkonsumsi barang, berbahasa Korea dan mulai menggunakan nilai-nilai budaya Korea sebagai pengaruh dari kesukaan mereka terhadap budaya K-Pop (Alina, 2022: 6).

K-Pop muncul dengan menampilkan sesuatu yang sangat unik dan menarik yang berbeda dari band-band lain yang ada di Indonesia. Kesan *boy group* K-Pop saat tampil pada setiap konsernya cenderung menampilkan kesan yang *sweet* dan *girly*. Hal tersebut dapat dilihat dari anggota *boy group* Korea yang memakai pewarna bibir dan produk riasan lainnya pada saat mereka tampil. Penggunaan kosmetik/riasan oleh grup band laki-laki K-Pop tersebut menjadi seperti suatu kebutuhan dan keharusan. Hal tersebut dapat dilihat dari setiap tayangan, *boy group* K-Pop akan tampil dengan riasan penuh, yang memperlihatkan kulit yang putih bersih, warna bibir yang merah/pink, bulu mata lentik, alis yang tebal, serta warna mata yang unik dan mencolok (Restu, et al., 2018: 281).

Penampilan *boy group* K-Pop pada umumnya ditandai dengan gaya dan estetika yang sangat beragam, namun pada umumnya *boy group* K-Pop sangat memperhatikan gaya berbusana, gaya rambut, *make-up* dan aksesoris. *Boy group* K-Pop saat seringkali menampilkan gaya berpakaian yang unik dan nyentrik dengan menggunakan kemeja maupun *sweater oversize* dengan warna yang terang. Para *boy group* K-Pop juga sangat memperhatikan gaya rambut dan warna rambut, mereka sering mengganti warna rambut setiap *comeback*. Pada saat penampilan panggung *boy group* juga menggunakan *make-up* yang mencolok seperti *eyeliner* yang tegas, lipstik warna warni dan *eyeshadow* yang kuat dengan di lengkapi berbagai aksesoris seperti anting, kalung, cincin yang digunakan untuk menambah estetika. Penampilan yang demikian memberi kesan kepada masyarakat Indonesia, bahwa aktivitas yang berhubungan dengan K-Pop hanya layak untuk perempuan saja.

Gambar 1. Member BTS saat *comeback* tahun 2019



Sumber: <http://www.kompas.com>²

² Pangerang Andi, "Belum Dirilis, Album Comeback BTS Sudah Cetak Sejarah di Billboard" <https://entertainment.kompas.com> (diakses pada 30 Oktober 2023, pukul 13.45)

Aktivitas penggemar K-Pop yang melakukan jumpa penggemar, konser dan lainnya juga dianggap kurang layak dilakukan oleh laki-laki. Hal ini mengacu pada suatu konstruksi sosial yang berkembang pada masyarakat di Indonesia, konstruksi maskulinitas di Indonesia selalu saja dirangkaikan dengan berbagai aktivitas yang sangat laki-laki seperti main bola (Maraya, 2021: 1). Konstruksi maskulinitas di Indonesia yang berbeda dari yang ditampilkan *boy group* K-Pop membuat penggemarnya banyak mendapatkan perlakuan kurang menyenangkan terutama penggemar laki-laki yang disebut *fanboy*.

K-Pop juga selalu dikaitkan dengan operasi plastik, pakaian seksi (untuk *girlband*), laki-laki (yang menyerupai wanita karena penggunaan riasan), grup laki-laki yang menari (*dance* yang tidak identik dengan laki-laki), dan lekat dengan LGBT (Anwar, 2018: 8). Beberapa laki-laki penggemar *boy group* K-Pop akhirnya mendapatkan stigma yang diberikan oleh masyarakat awam yang tidak terlalu mengetahui mengenai K-Pop. Masyarakat awam melihat artis K-Pop laki-laki yang selalu memakai riasan dan menggunakan pakaian panggung yang begitu mencolok dianggap suatu hal yang tidak lazim. Konsep idol yang menari dan menyanyi juga dipandang tidak lazim bagi sebagian masyarakat Indonesia karena melihat penyanyi lokal dan barat pada saat tampil fokus menyanyi saja saat di atas panggung (Putri & Savira, 2021: 10-11).

Perbedaan pandangan laki-laki penggemar K-Pop dengan masyarakat awam mengenai *grup band* K-Pop khususnya *boy group* K-Pop membuat mereka seringkali mendapatkan banyak pengalaman yang kurang menyenangkan karena adanya stigma negatif dalam masyarakat. Mereka seringkali dianggap feminim,

tidak maskulin, gay dan menganggap tidak normal karena laki-laki menyukai *boy group* K-Pop yang feminim. K-Pop selalu dikaitkan dan dianggap sama dengan wanita yang membuat para laki-laki penyuka K-Pop memperoleh respon yang negatif yang datang dari lingkungan masyarakat sekitar yaitu suatu stigma yang memberi label kepada laki-laki yang menggemari K-Pop bahwa mereka merupakan seorang laki-laki yang feminim (Putri & Savira, 2021: 5).

Stigma terhadap laki-laki penggemar yang menyukai *boy group* K-Pop terjadi karena adanya stereotip gender dalam masyarakat. Stereotip tentang maskulinitas yang muncul pada masyarakat diklasifikasikan menurut berbagai ciri karakteristik pribadi, dengan aspek bentuk fisik menjadi yang paling menonjol. Penampakan bentuk fisik dapat dilihat melalui gaya dan semua atribut yang melekat pada manusia. Dalam situasi ini, umumnya masyarakat di Indonesia memiliki karakteristik yang diperlukan untuk memberikan label kepada orang lain, bahkan ketika mereka adalah tokoh internasional, di mana mereka pasti memiliki kebudayaan yang berbeda dari kebudayaan lokal (Wahyuningtyas & Agustiana, 2020: 38-39). Pada kenyataannya, semua masyarakat mempunyai stereotip tentang gaya dan atribut yang dimaksudkan untuk melihat maskulinitas dan femininitas setiap orang.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Andalas diketahui kebanyakan mahasiswa di Universitas Andalas berasal dari daerah yang berbeda-beda, yang di dominasi oleh mahasiswa yang berasal dari pulau Sumatera khususnya berasal dari Provinsi Sumatera Barat dan beberapa lainnya dari luar pulau sumatra seperti pulau Jawa, Kalimantan, Sulawesi hingga

Papua. Kebanyakan mahasiswa di Universitas Andalas masih memegang konsep maskulinitas tradisional yang kuat yang mereka dapatkan dari lingkungan tempat tinggal asalnya, mahasiswa yang masih memegang konsep maskulinitas tersebut memberi stigma gay, bencong, laki-laki feminim kepada mahasiswa laki-laki penggemar *boy group* K-Pop karena menganggap *boy group* K-Pop tersebut berpenampilan feminim yang tidak sesuai konsep maskulinitas yang mereka pahami atau yang telah mereka dapatkan sehingga menganggap *boy group* K-Pop hanya layak untuk di sukai oleh perempuan bukan untuk laki-laki.

Penerimaan masyarakat khususnya mahasiswa Universitas Andalas terhadap budaya K-Pop dapat berbeda-beda, hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya latar belakang budaya tempat mereka tinggal atau dibesarkan, nilai-nilai norma dan adat, agama, pendidikan dan sebagainya. Seperti mahasiswa yang dibesarkan di daerah perkotaan mungkin lebih terbuka terhadap budaya K-Pop karena mereka lebih terbuka terhadap globalisasi dan pengaruh budaya asing sedangkan masyarakat pedesaan yang masih memegang tradisi dan nilai budaya yang kuat akan lebih sulit untuk menerima budaya asing.

Joke Kermes (2005) menyatakan bahwa setiap membahas mengenai budaya populer, penerimaan masyarakat umum akan berbeda mengenai budaya populer. Ada yang mengatakan bahwa terlibat dalam konsumsi budaya populer hanyalah salah satu bentuk jenis pelarian dari kegiatan rutin atau *leisure activity*. Ada banyak yang menekankan bahwa mengkonsumsi budaya populer hanya karena keinginannya. Menurut Kermes, hal yang penting dipertimbangkan adalah

bagaimana makna budaya populer itu mempengaruhi kita secara pribadi, itu hal yang sebenarnya perlu untuk diungkap (Ida, 2017: 4).

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai kesan yang ditampilkan oleh *boy group* K-Pop yang cenderung *sweet & girly* membuat sebagian masyarakat beranggapan bahwa K-Pop hanya layak untuk perempuan. Hal tersebut juga terkait dengan perbedaan konsep maskulinitas yang dipahami oleh masyarakat Indonesia dengan konsep maskulinitas yang diperlihatkan oleh *boy group* K-Pop. Oleh sebab itu, *fanboy* K-Pop lebih sering mendapatkan stigma dibandingkan dengan *fangirl*. Bentuk maskulinitas yang berbeda yang ditampilkan *boy group* K-Pop melalui media terus menerus dapat mempengaruhi bagaimana seorang pria seharusnya terlihat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari gambaran pada latar belakang di atas, *fanboy* K-Pop lebih sering mendapatkan pengalaman yang kurang menyenangkan dibandingkan dengan *fangirl*. Hal tersebut terjadi karena adanya kesan yang ditampilkan *boy group* K-Pop pada setiap mereka tampil di konser, pertemuan dengan penggemar dan lainnya. Mereka tampil dengan menampilkan kesan *sweet* dan *girly*, mereka tampil dengan tradisi menggunakan riasan, *dance*, rambut berwarna dengan begitu banyak aksesoris.

Pada latar belakang dijelaskan bahwa menjadi penggemar K-Pop tidak menjadikan seseorang hanya sebagai penikmat musik K-Pop saja, beberapa dari mereka akan melakukan perilaku konsumsi, penggemar K-Pop tanpa sadar mulai meniru cara bertingkah laku, gaya berpakaian, mengkonsumsi barang, berbahasa

Korea dan mulai menggunakan nilai-nilai budaya Korea sebagai pengaruh dari kesukaan dan kecintaan mereka terhadap K-Pop. Termasuk bentuk maskulinitas, *fanboy group* K-Pop menampilkan bentuk maskulinitas yang berbeda dan unik yang ditampilkan melalui media, hal tersebut dapat mempengaruhi bagaimana seorang pria seharusnya terlihat oleh *fanboy* K-Pop.

Para *fanboy* K-Pop melalui proses pengenalan hingga menjadi penggemar K-Pop yang rutin mengonsumsi hal-hal mengenai K-Pop dapat mempengaruhi cara mereka memahami dan meresapi konsep maskulinitas, mereka akan mencoba memaknai ulang konsep maskulinitas yang telah mereka pahami sebelum mengenal K-Pop. Mereka terinspirasi oleh berbagai elemen dari budaya K-Pop termasuk musik, tarian, *fashion*, produk perawatan dan kepribadian idola mereka. Perilaku-perilaku yang demikian membuat beberapa dari mereka akhirnya mendapatkan stigma berupa *labelling* dan sebagainya yang datang dari orang-orang di luar komunitasnya, stigma berupa *labelling* yang umum mereka dapatkan adalah laki-laki kemayu (tidak feminim), gay, bencong dan lainnya.

Penelitian tentang konstruksi makna maskulinitas oleh *fanboy* K-Pop ini penting untuk diteliti karena terjadi proses pemaknaan ulang mengenai bagaimana *fanboy* K-Pop memaknai maskulinitas setelah mereka menggemari *boy group* K-Pop tersebut sebagai hasil dari interaksi *fanboy* K-Pop dengan media yang menampilkan *boy group* K-Pop. Perilaku demikian memungkinkan mereka mendapatkan perilaku yang diskriminatif karena menampilkan bentuk maskulinitas yang baru yang memiliki perbedaan dengan konsep maskulinitas

tradisional yang telah mereka dapatkan dari kecil sebelum mereka mengenal K-Pop.

Penelitian ini juga ingin melihat bagaimana pengalaman para *fanboy* K-Pop di Universitas Andalas dari awal mereka menggemari K-Pop hingga sekarang. Penelitian juga ingin melihat bagaimana perlakuan-perlakuan yang mereka dapatkan, pengalaman menarik apa saja yang telah mereka dapatkan dari awal mereka menggemari *boy group* K-Pop khususnya maskulinitas gaya baru yang mereka tampilkan.

Berdasarkan penjabaran permasalahan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian adalah :

- 1) Bagaimana proses pemaknaan maskulinitas pada kalangan *fanboy boy group* K-Pop di Universitas Andalas ?
- 2) Bagaimana pengalaman yang didapatkan *fanboy* K-Pop ketika tampil dengan maskulinitas gaya baru ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana proses pemaknaan maskulinitas pada kalangan *fanboy boy group* K-Pop di Universitas Andalas.
- 2) Untuk mengetahui pengalaman yang didapatkan *fanboy* K-Pop ketika tampil dengan maskulinitas gaya baru.

D. Manfaat Penelitian

Berikut manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis
 - a) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber bacaan baru bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis.
 - b) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru dalam keilmuan Antropologi khususnya pengalaman K-Pop di Universitas Andalas.
2. Manfaat Praktis
 - a) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan wawasan bagi masyarakat dalam memandang fenomena yang berkaitan dengan pengalaman dan konstruksi makna K-Pop.
 - b) Terhadap pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap hasil penelitian, penulis berharap pihak-pihak tersebut dapat menerima hasil penelitian dengan baik dan menggunakannya dengan baik.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan tulisan yang memberikan informasi tentang pernyataan-pernyataan peneliti sebelumnya mengenai penelitian serupa yang sudah dikerjakan. Sebelum melakukan penelitian, tinjauan pustaka penting untuk dilakukan. Tinjauan pustaka memiliki tujuan untuk membandingkan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Kegiatan ini juga

bermanfaat untuk melihat hubungan penelitian penulis dengan penelitian dan sumber data sebelumnya.

Fenomena K-Pop telah berkembang dan digandrungi di Indonesia, masuknya budaya Korea ke Indonesia disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi yang membuat informasi dapat diakses dengan mudah. Pesatnya perkembangan K-Pop membuat banyak orang yang menyukai musik K-Pop baik perempuan maupun laki-laki. Pada penelitian ini, laki-laki penggemar K-Pop yang akan menjadi subjek penelitian. Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan literatur dalam menganalisis masalah dan menggunakan kajian pustaka yang sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelusuran tentang penelitian sebelumnya, terdapat beberapa penelitian berupa skripsi, tesis dan artikel-artikel yang berkaitan dengan tema yang diangkat yaitu fenomena budaya populer K-Pop, konstruksi sosial, penggemar laki-laki dan maskulinitas. Selain sebagai eksplorasi penelitian, penelitian sebelumnya juga bisa digunakan untuk melihat celah permasalahan yang baru yang belum dilihat oleh peneliti sebelumnya. Penelitian sebelumnya mengenai budaya K-Pop, konstruksi sosial dan maskulinitas.

Pertama, Salsabila Citra Mahendro Putri & Siti Ina Savira dalam artikelnya yang berjudul "*Gambaran Citra Diri Fanboy K-Pop (Sebuah Studi Kasus Pada Penggemar Laki-Laki Musik Korea Dalam Komunitas Fandom)*" (2021). Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran citra diri *fanboy* musik Korea yang tergabung ke dalam komunitas fandom. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Penelitian ini dianalisis menggunakan konsep citra diri oleh Maltz, di mana Maltz menyatakan bahwa citra diri merupakan konsep diri yang dibentuk dari hasil pengalaman masa lalu, kesuksesan, kegagalan, penghinaan, penghargaan serta reaksi orang lain maupun lingkungan terhadap individu tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menjadi seorang penggemar K-Pop laki-laki akan mengalami konflik citra diri karena memiliki banyak pengalaman yang tidak menyenangkan karena sulit bagi mereka untuk dapat mengekspresikan diri sesuai dengan keinginan mereka. Konflik citra diri ditandai dengan keraguan untuk mengekspresikan diri sesuai dengan keinginan. Hal tersebut dikarenakan mereka seringkali mendapatkan berbagai stigma yang tidak baik yang datang dari lingkungan mereka berupa perlakuan buruk, perlakuan diskriminasi dan intimidasi. Bergabung ke dalam komunitas fandom membuat mereka lebih mudah mengekspresikan diri dan mereka mendapatkan kenyamanan dan rasa aman.

Kedua, Alina Rahmah dalam penelitiannya yang berjudul “*Gaya Hidup Komunitas K-Pop (Studi Kasus: Komunitas Korean Pop (K-Pop) NCTZEN di Kota Padang)*” (2022). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan keberadaan komunitas NCTZen Kota Padang serta bentuk gaya hidup yang dijalani oleh anggota komunitas NCTZen sebagai penggemar K-Pop. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dianalisis menggunakan teori fungsional struktural Radcliffe Brown dengan tujuan untuk melihat apa saja fungsi dari komunitas NCTZen sebagai wadah bagi anggota komunitas yang merupakan wadah bagi untuk penggemar K-Pop.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hadirnya komunitas NCTZEN di kota Padang menandai eksistensi dari hadirnya budaya K-Pop yang digemari oleh kaum remaja. Gaya hidup dari komunitas fandom ini dapat dilihat dari pengetahuan mereka mengenai budaya K-Pop, perilaku-perilaku konsumsi yang dikerjakan hingga menjadi suatu identitas dari sebuah kelompok penggemar yang disebut sebagai fandom. Komunitas ini dapat memilah hal yang positif dan negatif berdasarkan dari pengalaman yang mereka dapatkan dan mereka dapat menyesuaikan kesukaan mereka kepada budaya populer ini berdasarkan tempat dimana mereka tinggal.

Ketiga, Rizka Fadhilatil Umami, Sylva Zahra dan Hasan Sazali dalam artikelnya yang berjudul “*Fenomena Stigma Masculinity Terhadap Fanboy K-Pop di Kota Medan*” (2023). Artikel ini merupakan riset deskriptif dengan pendekatan riset kualitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat suatu perubahan makna laki-laki yang disimbolkan oleh *boyband* K-Pop yang menunjukkan adanya suatu ideologi yang baru mengenai maskulinitas atau kelaki-lakian. Ideologi tersebut membuka ruang sosial baru yang menempatkan remaja dengan identitas laki-lakinya yang dibangun berdasarkan aspek-aspek yang dikonstruksikan oleh *boy group* k-pop.

Fenomena maskulinitas *fanboy boy group* K-Pop yang dapat menciptakan sebuah stigma maskulinitas yang diberikan bahkan dilabelkan untuk laki-laki yang menyukai K-Pop atau menjadi *fanboy* dari *boy group* K-Pop. Sudah banyak masyarakat atau laki-laki yang buka K-Pop yang melek dan sadar akan pemaknaan dari maskulinitas laki-laki, yang tidak harus didefinisikan dengan

berbadan tegap, berkulit kecoklatan dan kehitaman, memiliki bentuk wajah dan rahang tegas yang mencerminkan sosok laki-laki kuat.

Keempat, Citra Rosalyn Anwar dalam artikelnya yang berjudul *“Mahasiswa dan K-Pop: Studi Interaksi Simbolik K-Popers di Makassar”* (2018). Penelitian ini fokus kepada mahasiswa penggemar K-Pop dan bertujuan untuk menampilkan gambaran fenomena K-Pop dari para mahasiswa. Penelitian ini juga melihat bagaimana memaknai idolanya, K-Pop, dan meletakkan konsep tersebut pada konsep dirinya serta bagaimana mahasiswa menghadapi stereotip negatif yang dilekatkan pada mereka. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori interaksionisme simbolik oleh Herbet Blumer dan George H. Mead yang menyatakan bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan cara belajar dari pengalaman dan menggunakan konsep diri dari Burns yang menyatakan bahwa konsep diri merupakan suatu gambaran campuran mengenai apa yang kita pikirkan orang lain berpendapat, mengenai diri kita dan seperti apa diri kita yang kita inginkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol-simbol yang ditampilkan oleh K-Pop dimaknai oleh mahasiswa jauh bertolak belakang dengan stereotip yang menyebar dalam masyarakat mengenai K-Pop. Menurut para penggemar K-Pop, memang ada hal yang tidak baik dari K-Pop tetapi mereka dapat memilih yang menurut mereka cocok atau pantas dengan diri mereka. Stereotip yang tidak baik yang terus melekat pada K-Pop membuat gerak penggemar dalam kehidupan sehari-hari menjadi terbatas, walaupun demikian para penggemar K-Pop tetap

bangga menjadi seorang K-Popers karena menurut mereka masih banyak hal baik yang mereka dapatkan sebagai penggemar K-Pop daripada hal yang negatif.

Kelima, Sonia Ratna Juwita, Zainal Abidin dan Yanti Tayo dalam artikelnya yang berjudul “*K-Pop dan Fandom Laki-Laki: Pengungkapan dan Identitas Diri Pecinta boy group Korea*” (2022). Peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui penggambaran identitas dan pengungkapan diri seorang fandom laki-laki pecinta *boy group* Korea di Karawang. Penelitian ini ingin mengungkapkan motif dan makna *boy group* Korea Korea bagi fandom laki-laki dan pengalaman komunikasi seorang fandom laki-laki di Karawang. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz untuk menggambarkan apa yang terjadi di depan kita dan bagaimana fenomena tersebut terjadi.

Penelitian ini menyebutkan bahwa fenomena Korean Pop pada sekarang ini yang terjadi dalam masyarakat pada lingkungan sekitar akan membuat makna dengan sendirinya. Makna diri *boy group* Korea yakni saat menjadi seorang laki-laki pecinta *boy group* Korea akan memiliki rentan waktu yang berbeda. Setiap orang akan memiliki selera yang berbeda dan mereka akan memberi makna mengenai *boy group* Korea sebagai suatu sarana hobi dan sebagai media hiburan. Hal tersebut dipengaruhi oleh teman, keluarga dan lingkungan yang dekat dengan lingkungan bermain atau bersosialisasi mereka. Mereka juga menjadikan kegiatan menggemari *boy group* Korea sebagai penyemangat agar tidak merasa kesepian. Menjadi laki-laki yang menggemari *boy group* menurut mereka bukanlah sebagai suatu kesalahan, walaupun mereka terkadang mendapatkan perkataan dan tidak tahu apa yang orang di sekitar mereka katakan tentang mereka.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya di atas ialah sama-sama meneliti mengenai budaya populer Korea Selatan (*Korean wave*) terkhususnya K-Pop dengan subjeknya adalah sama-sama penggemar K-Pop. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus penelitian, penelitian ini lebih fokus kepada pengalaman yang didapatkan oleh K-Pop selama mereka menggemari K-Pop. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya juga terletak pada metode penelitian dan teori yang digunakan dalam penelitian, penggunaan metode dan teori yang berbeda tentunya akan mendapatkan hasil penelitian berbeda pula. Penelitian ini akan melihat fenomena yang terjadi dari sudut pandang antropologi. Penelitian ini merupakan penelitian dengan fenomena dan informasi yang terbaru, yang mengembangkan hasil dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga dapat memberikan penguatan terhadap kelemahan atau kekurangan dari penelitian sebelumnya.

F. Kerangka Pemikiran

Gender adalah atribut yang diberikan oleh masyarakat secara kultural maupun sosial, yang diberikan kepada laki-laki maupun perempuan. Gender tidak bersifat kodrati, melainkan suatu konstruksi sosial, agama, ideologi dan budaya yang memiliki batasan waktu hingga nilai gender dapat beralih menurut kondisi dan situasi serta sangat bergantung pada beberapa nilai yang terdapat dalam masyarakat (Mansour, 2010: 85). Seperti pada masyarakat Indonesia anak perempuan diajarkan untuk mengembangkan peran yang berfokus kepada perawatan dan keanggunan sedangkan laki-laki diajarkan untuk menjadi kuat dan

mandiri. Nilai gender merupakan satu dari banyak hal yang didapatkan oleh individu dalam masyarakat melalui proses enkulturasi dan proses internalisasi.

Maskulinitas adalah kumpulan keyakinan terhadap laki-laki yang bersifat deskriptif, preskriptif (bersifat menentukan), dan preskriptif (larangan) (Levant & Richmond, 2007). Konsep maskulinitas merupakan sesuatu yang fleksibel, dalam artian bisa berubah dari generasi ke generasi dan tiap-tiap daerah (Connell, 1995). Peran, atribut, dan perilaku tersebut yang berkaitan dengan laki-laki ini disebut dengan maskulinitas yang didapatkan melalui proses eksternalisasi dan internalisasi.

Proses enkulturasi merupakan suatu proses di mana seorang individu tersebut belajar dan menyesuaikan sikap dan alam pikiran mereka dengan adat, norma, sistem dan berbagai aturan yang sudah ada dalam kebudayaannya. Proses enkulturasi telah terjadi semenjak kecil dalam alam pikiran suatu individu dalam masyarakatnya, yang dimulai dari lingkungan keluarganya kemudian lingkungan pertemanan dan di lingkungan lainnya. Individu tersebut belajar dengan meniru dari berbagai macam tindakan (Koentjaraningrat, 2006:189).

Internalisasi nilai maskulinitas di masyarakat pada gender laki-laki dituntut untuk mengikuti nilai kemaskulinan yang turun temurun dalam masyarakat, laki-laki tidak menggunakan sesuatu yang berkaitan dengan perempuan karena dianggap tidak maskulin (Ika, 2021: 107). Proses internalisasi merupakan suatu proses yang begitu panjang yang dimulai semenjak individu tersebut dilahirkan hingga ia akan meninggal, orang-orang dalam kepribadiannya akan belajar

menanamkan segala perasaan, nafsu, hasrat dan dan emosi selama hidupnya (Koentjaraningrat, 2006: 185).

Melalui perkembangan globalisasi, budaya akan tumbuh dan berkembang. Budaya akan terus di konstruksi dan di konstruksi lagi oleh manusia. Perkembangan teknologi dan informasi membawa budaya pop khususnya K-Pop (*Korean Pop*) masuk ke Indonesia dan dengan mudahnya diterima oleh generasi muda di Indonesia. Budaya pop merupakan budaya yang paling banyak dipahami dan disukai oleh publik umum. Budaya pop merupakan produk kapitalisme yang terbaru, di mana ia tidak hanya memproduksi barang, tetapi mereka memproduksi gaya hidup yang sifatnya massal yang kemudian dikelola oleh jejaring media seperti televisi, radio, media sosial dan lainnya (Sugiharto, 2021: 98).

Fenomena masuknya K-Pop tersebut membuat mereka memiliki banyak penggemar dan memunculkan suatu kelompok *fans* dari masing-masing idol/grupband yang disebut sebagai *fandom* (Putri & Savira, 2021: 1). Menjadi penggemar K-Pop tidak menjadikan seseorang hanya sebagai penikmat musik K-Pop saja, akan banyak perilaku konsumsi yang pada akhirnya dilancarkan oleh seorang *fans*, penggemar K-Pop tanpa sadar mulai meniru cara bertingkah laku, gaya berpakaian, mengkonsumsi barang, berbahasa Korea dan mulai menggunakan nilai-nilai budaya Korea sebagai pengaruh dari kesukaan mereka terhadap budaya K-Pop (Alina, 2022: 6).

Perilaku-perilaku meniru dan mengkonsumsi budaya Korea tersebut tanpa sadar terjadi karena Indonesia mengalami suatu hegemoni oleh budaya K-Pop. Hegemoni merupakan suatu kepemimpinan oleh suatu negara terhadap negara

lain yang memiliki hubungan yang longgar maupun hubungan yang ketat yang sudah menyatu dengan negara pemimpin. Gramsci menyampaikan konsep hegemoni melalui penjelasan tentang basis supremasi kelas, di mana ada dua cara sebuah kelompok mewujudkan supremasi yaitu sebagai kekuasaan dan sebagai kepemimpinan moral dan intelektual (Gramsci, dalam Patria & Arief, 2003: 118).

Berdasarkan karya tulis Gramsci, hegemoni merupakan suatu kondisi di mana ada seperangkat ide milik suatu kelompok sosial menjadi dominan dalam suatu masyarakat. Hegemoni singkatnya dapat dikatakan sebagai suatu proses di mana terdapat perjuangan untuk mencapai suatu dominasi terhadap kelompok sosial lain (Burton, 2017: 73). Hegemoni dilakukan oleh negara-negara adikuasa dengan menerapkan kekuasaan ideologi dengan cara tidak terlihat, tidak berupa tekanan maupun paksaan secara langsung. Namun, mereka melakukannya dengan membuat berbagai strategi yang halus, persuasif dan dilakukan secara diam-diam yang tanpa disadari dan kemudian melahirkan suatu kesepakatan.

Gramsci memfokuskan analisisnya pada jalan kekuasaan hegemonistik, yang begitu kuat sehingga mengikis daya kritis masyarakat tanpa disadari (Poespowardojo, T & Seran, A., 2021:115). Proses hegemoni dilakukan dengan tujuan agar tidak dirasakan oleh negara-negara yang ingin di dominasi sebagai sesuatu tekanan maupun paksaan, membuat mereka beranggapan bahwa hal tersebut sebagai suatu kewajaran, sesuatu yang alamiah, dan bahkan bagi sebagian dianggap sebagai hal yang kodrati (Sugiharto, 2023: 84). Hegemoni budaya K-Pop kemudian hadir dengan menampilkan bentuk maskulinitas yang

baru. Pada saat tampil di panggung, penggunaan riasan oleh *boy group* k-pop menjadi suatu hal yang harus dilakukan.

Feminitas dan maskulinitas sebenarnya tidak identik dengan dimensi kategori yang tunggal. Terdapat beberapa bentuk feminitas dan maskulinitas. Maksudnya, konsep tersebut diberikan oleh masyarakat, kelas sosial, atau tingkat peradaban secara berbeda. Dengan kata lain feminitas dan maskulinitas merupakan suatu konstruksi sosial di mana hal tersebut diberi makna yang bervariasi oleh setiap masyarakat (Darwin, 1993: 4).

Konstruksi sosial merupakan kenyataan sosial (realitas sosial) dalam kehidupan sehari-hari buatan masyarakat (Berger, dalam Ngangi, 2011: 4). Konstruksi makna merupakan proses untuk memproduksi makna melalui penggunaan bahasa, prinsip-prinsipnya mungkin selalu berubah karena akan tetap ada pandangan dan pemaknaan yang baru yang terdapat pada representasi yang sudah ada. Makna tersebut selalu akan berubah, ia terus-menerus dalam posisi penawaran dengan situasi yang baru. Ia merupakan buah dari praktik penandaan, suatu praktik yang membuat sesuatu hal bermakna sesuatu yang baru lagi (Laksmi, 2012: 125-128). Makna maskulinitas juga akan mengalami proses dekonstruksi dan rekonstruksi.

Rekonstruksi adalah suatu aktivitas atau kegiatan membangun kembali rangkaian ide atau suatu hal yang terpisah menjadi suatu kekuasaan yang utuh (Suliantoro, B. W. 2011: 112). Rekonstruksi maskulinitas adalah usaha untuk membangun atau membentuk kembali konsep tentang maskulinitas. Ini melibatkan upaya untuk memahami dan mengakui keberagaman dalam

pengalaman maskulinitas, serta menciptakan definisi maskulinitas yang lebih inklusif dan membebaskan.

Rekonstruksi makna maskulinitas oleh *fanboy* K-Pop dianalisis menggunakan momen dialektis dalam teori konstruksi sosial dari Berger dan Luckman. Berger dan Luckman membagi proses konstruksi sosial melalui momen dialektis tersebut melalui tiga tahap yaitu proses eksternalisasi (adaptasi diri dengan dunia sosio-kultural), proses objektivikasi (interaksi diri dengan dunia sosio-kultural) dan proses internalisasi (identifikasi diri dengan dunia sosio kultural) (Berger dan Luckman, 1990: 185).

Keanekaragaman konstruksi makna yang dihasilkan dalam representasi simbolik di tiap-tiap konteks masyarakat dunia, menjadi unsur yang penting ketika menetapkan konsep “*culture*” itu sendiri (Inda dan Rosaldo, dalam Ida, 2017: 16-17). Rekonstruksi makna maskulinitas merujuk pada pergeseran dalam cara bagaimana maskulinitas itu dipahami dan diartikulasikan dalam masyarakat. Ini merupakan suatu upaya untuk memahami bahwa maskulinitas itu memiliki sifat yang statis, yang akan dapat berubah seiring dengan waktu dan budaya.

Pada setiap penampilan *boy group* K-Pop mereka hadir dengan riasan penuh, memperlihatkan kulit putih yang mulus, bibir dengan lipstik berwarna terang, bulu mata yang lentik dan alis yang tebal, menggunakan *softlens* dengan warna yang mencolok (Restu, et al., 2018: 281). Bentuk maskulinitas seperti ini yang oleh para penggemar laki-laki diikuti. Mengikuti bentuk maskulinitas yang berbeda dari ditampilkan oleh budaya sendiri membuat laki-laki penggemar K-Pop

mendapatkan stigma berupa pelabelan berupa laki-laki feminim, bencong atau gay.

Stigma disebut sebagai atribut negatif atau identitas yang diberikan kepada seseorang dalam konteks atau budaya tertentu (Goffman, 1968). Stigma merupakan pelabelan negatif yang diberikan kepada seseorang atau kelompok yang diberikan oleh masyarakat atau individu lainnya. Stigma muncul karena adanya perbedaan yang terjadi berupa ras, jenis kelamin, orientasi seksual, status sosial, kesehatan mental atau bahkan kondisi medis tertentu. Stigma tersebut muncul karena ada stereotip gender dalam masyarakat Indonesia.

Berdasarkan Kamus Istilah Antropologi, stereotip (*stereotype*) merupakan konsepsi mengenai sifat-sifat suatu golongan berdasarkan prasangka yang subjektif dan tidak tepat (Koentjaraningrat *et.al.*, 1984). Stereotip gender merupakan pandangan atau keyakinan umum yang mengasosiasikan perilaku tertentu dengan jenis kelamin tertentu. Stereotip gender juga mengaitkan minat tertentu dengan maskulinitas dan feminitas. *Boy group* K-Pop sering menekankan pada penampilan fisik yang menarik dan gaya penampilan modis, masyarakat menganggap hal tersebut tidak maskulin atau tidak sesuai dengan bagaimana seharusnya pria terlihat.

Stigma tersebut muncul karena menyukai *boy group* K-Pop dianggap tidak maskulin atau terlalu feminim. Maskulin merupakan label untuk kaum laki-laki, sedangkan feminim merupakan label untuk perempuan. Oleh karena itu, bagi siapa saja yang memilih untuk tidak ikut dalam baku pelabelan tersebut di atas,

dapat dianggap menyimpang atau tidak biasa oleh masyarakat (Mustadjar, dalam Fariza, et. al., 2017: 310).

G. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif yang berupa penelitian lapangan (*field research*) dengan peninjauan langsung dan bertukar pikiran dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian untuk mendapatkan data yang diperlukan. Metode penelitian kualitatif adalah alat-alat yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sebagian individu hal tersebut dianggap berasal dari suatu masalah sosial dan masalah kemanusiaan (Creswell, 2016: 5-6).

1. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada mengenai pengalaman mahasiswa penggemar musik K-Pop yang telah dijabarkan di atas, penelitian akan dilakukan dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi adalah rancangan penelitian di mana seorang peneliti berusaha menjelaskan bagaimana pengalaman hidup seseorang mengenai suatu fenomena tertentu (Cresswell, 2016: 18).

Dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan apa yang dirasakan, diterima, dan diketahui seorang laki-laki penggemar K-Pop di Universitas Andalas berdasarkan pengalaman yang ia dapatkan. Penelitian dengan pendekatan fenomenologi juga bertujuan untuk memahami perspektif dari *fanboy* K-Pop tentang bagaimana mereka merasakan dan mengartikan keterlibatan

mereka dalam budaya K-Pop serta bagaimana K-Pop tersebut mempengaruhi pemahaman mereka mengenai maskulinitas.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada laki-laki penggemar *boy group* K-Pop di Universitas Andalas. Maka lokasi penelitian akan dilakukan di Universitas Andalas di Limau Manis, Kecamatan Pauh, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Peneliti memilih lokasi ini karena berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan, peneliti menemukan banyak mahasiswa laki-laki yang menggemari K-Pop di Universitas Andalas khususnya penggemar *boy group* K-Pop.

Penelitian dilakukan di Universitas Andalas untuk memahami fenomena sosial budaya berkaitan dengan K-Pop dan *fanboy* K-Pop yang terjadi di kalangan mahasiswa laki-laki penggemar *boy group* K-Pop di Universitas Andalas. Peneliti juga memiliki akses yang mudah karena peneliti juga berada di lingkungan Universitas Andalas serta hasil penelitian juga memiliki dampak bagi mahasiswa Universitas Andalas.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (berdasarkan kriteria-kriteria tertentu). *Purposive sampling* merupakan saat dimana peneliti mengambil sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020: 97). Penarikan informan dengan cara ini bertujuan agar informan yang di dapat merupakan orang-orang yang tepat. Peneliti akan menetapkan beberapa kriteria yang harus dipenuhi untuk menetapkan informan penelitian.

Menurut Afrizal (2019:139) terdapat dua kategori informan, yaitu informan pengamat dan informan pelaku. Informan pengamat merupakan informan yang memberikan keterangan atau informasi mengenai orang lain atau suatu hal atau suatu kejadian kepada peneliti. Sedangkan informan pelaku merupakan informan yang memberi keterangan atau informasi mengenai dirinya sendiri, perbuatannya, perbuatannya, interpretasinya atau pengetahuannya.

Kriteria informan pelaku adalah informan pelaku merupakan mahasiswa laki-laki di Universitas Andalas yang menggemari *boy group* K-Pop (*fanboy*). Informan penelitian telah tergabung ke dalam komunitas fandom lebih dari satu tahun dan terdapat perubahan pada gaya berpenampilan dan makna maskulinitas pada informan tersebut. Sedangkan informan pengamat merupakan teman dekat informan kunci maupun sudut pandang orang yang bukan penggemar musik K-Pop.

Peneliti memilih 8 informan pelaku yang mana 3 informan berasal dari fandom EXO-L, 2 informan berasal dari fandom CARAT, 1 informan dari fandom NCTZen, 1 berasal dari fandom STAY dan 1 lagi berasal dari fandom ARMY. Peneliti juga memilih 4 informan pengamat yang merupakan mahasiswa Universitas Andalas yang merupakan teman dari informan pelaku atau memiliki teman yang merupakan *fanboy boy group* K-Pop dan mahasiswa Universitas Andalas yang tidak menggemari K-Pop.

Tabel 1. Data Informan Pelaku

No	Nama	Grup laki-laki yang di sukai	Usia	Fandom	Keterangan
1	MIS	NCT Dream	21 Tahun	NCTZen	Informan Pelaku
2	DK	EXO	22 Tahun	EXO-L	Informan Pelaku
3	SR	SEVENTEEN	22 Tahun	CARAT	Informan Pelaku
4	FI	EXO	20 Tahun	EXO-L	Informan Pelaku
5	MZI	EXO	19 Tahun	EXO-L	Informan Pelaku
6	FNA	Stray Kids	19 Tahun	STAY	Informan Pelaku
7	AF	NCT Cream	22 Tahun	NCTZen	Informan Pelaku
8	YA	BTS	21 Tahun	ARMY	Informan Pelaku

Sumber: Data Primer

Tabel 2. Daftar Informan Pengamat

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Keterangan
1	MRY	23 Tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Informan Pengamat
2	ANM	22 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	Informan Pengamat
3	AL	23 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	Informan Pengamat
4	RZ	23 Tahun	Laki-laki	Mahasiswa	Informan Pengamat

Sumber: Data Primer

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dalam studi kualitatif, observasi adalah proses saat peneliti turun langsung di lapangan dengan maksud untuk melihat dan mengamati secara langsung aktivitas dan kegiatan individu atau kelompok yang sedang berlangsung di daerah

penelitian. Peneliti merekam/mencatat dengan cara terstruktur atau semi struktur dalam observasi ini. Selain itu, para peneliti kualitatif dapat terlibat penelitian dengan fleksibel dalam berbagai peran, mulai non-partisipan hingga partisipan utuh (Creswell, 2016: 254).

Penelitian ini dilakukan dengan metode observasi, dimana peneliti mengamati mahasiswa *fanboy* K-Pop dalam kegiatan kesehariannya seperti cara mereka berpenampilan, atribut yang mereka gunakan, bagaimana pandangan masyarakat terkait penampilan mereka dan melihat segala aktivitas yang berkaitan dengan penelitian. Tujuan hal ini dilakukan adalah untuk melihat bagaimana *fanboy* K-Pop mulai mencoba mengkonstruksi ulang makna maskulinitas oleh *fanboy* K-Pop serta melihat secara langsung bagaimana pengalaman laki-laki penggemar K-Pop saat mendapatkan stigma, stereotip maupun diskriminasi dari masyarakat dan untuk mengetahui bagaimana laki-laki penggemar K-Pop mengkonstruksi makna maskulinitas saat mereka mulai menyukai K-Pop dan meniru perilaku dan bentuk fisik idolanya.

b. Wawancara

Untuk memaparkan berbagai pendapat dan opini dari peserta wawancara, maka wawancara akan bersifat terbuka (*open ended*) dan wawancara juga dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan umum dan tidak terstruktur (*un-structured*) (Cresswel, 2016: 254). Wawancara adalah salah satu dari banyak teknik untuk mengumpulkan data penelitian dengan mengajukan pertanyaan kepada peserta wawancara. Wawancara akan dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan mengenai topik yang diteliti. Adapun informan yang akan

diwawancarai adalah mahasiswa penggemar K-Pop di Universitas Andalas. Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara yang mendalam.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka penting penulis lakukan untuk menemukan informasi dari berbagai data sumber kedua yang terdapat dalam berbagai tulisan, baik berupa buku, laporan penelitian, jurnal dan penelitian terdahulu. Pada penelitian ini studi pustaka dilakukan untuk melihat konsep, teori, topik dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian mengenai rekonstruksi makna maskulinitas oleh *fanboy* K-Pop di Universitas Andalas sebagai referensi atau untuk mencari celah penelitian.

d. Dokumentasi

Dokumentasi peneliti lakukan untuk menunjang data penelitian. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono 2018: 240). Selain dari observasi dan wawancara, data penelitian yang dilakukan dapat diperoleh melalui kebenaran yang diarsipkan dalam bentuk foto, catatan harian, surat yang diperoleh dari internet, dokumentasi pribadi, dokumen milik informan penelitian dan sebagainya. Pada penelitian ini didapatkan dokumentasi berupa dokumentasi penelitian meliputi dokumentasi pribadi, dokumentasi dari informan, media sosial maupun dokumentasi dari internet.

5. Analisis Data

Proses melakukan analisis data kualitatif dikenal sebagai teknik analisis data tanpa melibatkan angka dalam prosesnya. Data yang biasanya digunakan adalah

data yang memiliki subjektivitas yang tinggi. Dalam studi kualitatif, penulis mengumpulkan data dari berbagai subjek dengan menggunakan berbagai metode. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses lain dari penelitian, yaitu bersamaan dengan pengumpulan data dan penulisan hasil temuan (Creswell, 2016: 260).

Dalam teknik penelitian dengan menggunakan analisis data kualitatif, penelitian ini akan memakai model Miles dan Huberman yaitu triangulasi data yang dilakukan melalui tiga tahap yakni reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2018: 337).

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Menurut Sugiyono, reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi (Sugiyono, 2018:249). Perolehan dari data yang diambil pada saat turun ke lapangan berupa data wawancara, observasi atau analisis konten akan di ambil poin-poin, kemudian membuat ikhtisar, menyeleksi hal-hal utama yang relevan dengan tema penelitian. Selanjutnya, fokus kepada hal-hal yang penting dari kata demi kata yang sesuai dengan topik atau teori yang digunakan dalam menganalisis temuan penelitian dan membuang data yang tidak penting atau tidak diperlukan.

b) *Data Display* (Penyajian Data)

Menurut Sugiyono yang paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah menggunakan teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2018:249). Beberapa data yang telah didapatkan dari pengklasifikasian data kemudian akan di sajikan ke dalam narasi-narasi yang mudah dipahami oleh pembaca. Dalam penelitian ini

data-data wawancara, hasil observasi dan deskripsi dokumentasi akan dinarasikan dengan narasi yang mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan dengan sederhana seperti menggunakan tabel dengan format yang rapi, grafik, dan lainnya.

c) *Verification/Conclusion Drawing* (Verifikasi/Penarikan Kesimpulan)

Setelah beberapa data yang disajikan sesuai dengan topik maka akan dilakukan penarikan kesimpulan. Pada hasil kesimpulan yang pertama data yang didapat sifatnya hanya sementara, dan data akan mengalami perubahan apabila ditemukan beberapa bukti yang valid yang mendukung data berikutnya. Apabila bukti tersebut valid dan tetap konsisten, maka hasil dari kesimpulan yang didapat dan yang dikemukakan adalah kesimpulan yang dapat dipercaya.

Menurut Sugiyono kesimpulan dalam penelitian yang kualitatif merupakan temuan yang baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran tentang suatu hal yang belum jelas sehingga menjadi jelas setelah diteliti (Sugiyono, 2018:252). Setelah beberapa data yang disajikan sesuai dengan topik maka akan dilakukan penarikan kesimpulan berupa temuan baru yang berbeda dari peneliti sebelumnya.

6. Proses Jalannya Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diawali dengan melakukan konsultasi dengan pembimbing terkait topik penelitian kemudian mengajukan judul proposal penelitian. Setelah berdiskusi dengan dosen pembimbing penulis tertarik untuk

melakukan penelitian mengenai budaya populer korea selatan yaitu K-Pop yang begitu banyak digemari oleh semua kalangan terutama kalangan generasi muda.

Observasi awal peneliti mengamati para penggemar K-Pop dalam kehidupan sehari-hari yang peneliti temui pada saat perkuliahan dan kegiatan organisasi. Setelah penulis mendapatkan ide mengenai prioritas dalam penelitian, peneliti mulai menulis proposal penelitian. Setelah melakukan proses bimbingan dengan dosen pembimbing dalam penyusunan proposal penelitian, maka ditentukan judul dari penelitian ini adalah “Pengalaman *Fanboy* K-Pop di Universitas Andalas (Studi Fenomenologi Pada Kalangan *Fanboy* di Universitas Andalas” dengan lokasi penelitian di Universitas Andalas Kampus Limau Manis Padang.

Kemudian penulis mengikuti ujian seminar proposal pada tanggal 15 Agustus 2023 di Ruang Sidang Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik di Universitas Andalas. Setelah mengikuti ujian proposal penulis dinyatakan lulus dan mendapatkan saran-saran dari penguji dan pembimbing terkait dengan penelitian mengenai pengalaman *fanboy* K-Pop di Universitas Andalas dan kemudian menjadi masukan dan pedoman bagi penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi yang menjadi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada jurusan Antropologi.

Tahap selanjutnya penulis menyiapkan segala hal yang berkaitan dengan dokumen administrasi untuk melakukan penelitian. Selanjutnya penulis mulai melakukan proses penelitian dengan turun ke lokasi penelitian pada bulan Agustus 2023 dengan dilengkapi dokumen penelitian. Penelitian dilakukan dengan cara intensif dengan melakukan pengamatan dan wawancara mendalam kepada

sejumlah informan penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan data dan fakta yang diperlukan untuk hasil penelitian yang terpercaya.

Selama di lapangan peneliti mengamati secara langsung dimana terdapat stereotip dan stigma yang melekat pada *fanboy* K-Pop yang menggemari *boy group* K-Pop pada kalangan mahasiswa di Universitas Andalas, peneliti juga melihat bagaimana *fanboy* K-Pop dalam kehidupan sosialnya yang berhubungan dengan lingkungan sekitarnya dan peneliti juga mengamati bagaimana *fanboy* K-Pop dalam berpenampilan di lingkungan kampus. Peneliti juga menyaksikan bahwa beberapa *fanboy* K-Pop yang menggemari *boy group* K-Pop mendapat stigma gay atau bencong dari lingkungan pertemanannya atau orang-orang yang mengenalinya.

Pada saat melakukan penelitian peneliti juga melakukan wawancara yang mendalam dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada sejumlah informan yang telah di pilih untuk memperoleh data penelitian. Peneliti memiliki kendala dalam memperoleh informan wawancara, karena ada beberapa *fanboy* K-Pop yang penulis temukan yang sudah sesuai dengan kriteria informan yang telah ditetapkan namun tidak bersedia untuk diwawancarai dengan berbagai alasan salah satunya adalah alasan privasi.

Setelah melakukan penelitian di lapangan dan mendapatkan data yang diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian yang telah penulis rumuskan, penulis memulai penulisan skripsi dan menganalisa data yang telah diperoleh selama penelitian dengan teori dan konsep yang digunakan. Berbagai proses dan

kendala telah penulis lalui dari penentuan topik penelitian hingga selesainya penulisan skripsi.



