

**PEMAKNAAN MASKULINITAS PADA *FANBOY BOY*
*GROUP K-POP***

**(Studi Fenomenologi Pada Kalangan Mahasiswa di
Universitas Andalas)**

SKRIPSI



Oleh:

**AZIE EMIL YARNI
BP. 1910821012**

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

**PEMAKNAAN MASKULINITAS PADA *FANBOY BOY*
*GROUP K-POP***

**(Studi Fenomenologi Pada Kalangan Mahasiswa di
Universitas Andalas)**

SKRIPSI

**Tugas Untuk Mencapai Gelar Sarjana Antropologi
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas**



Pembimbing I: Dra. Ermayanti, M.Si

Pembimbing II: Fajri Rahman, MA

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ABSTRAK

Azie Emil Yarni. 1910821012. Skripsi S1. Departemen Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang, 2024
Judul: Pemaknaan Maskulinitas Pada *Fanboy Boy Group* K-Pop (Studi Fenomenologi Pada Kalangan Mahasiswa di Universitas Andalas). Dra. Ermayanti, M.Si Pembimbing I dan Fajri Rahman, MA Pembimbing II.

Fenomena *Korean wave* dengan K-Pop sebagai salah satu produknya menghadirkan sekumpulan penggemar baik *fanboy* maupun *fangirl*. *Boy group* K-Pop hadir dengan penampilan yang unik dan menarik dengan memakai produk riasan, kulit putih bersih, warna bibir merah/merah muda, rambut berwarna, alis yang tebal, dan warna mata yang unik dan mencolok. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pemaknaan maskulinitas pada *fanboy boy group* K-Pop di Universitas Andalas dan bagaimana pengalaman yang mereka dapatkan terkait maskulinitas yang mereka maknai dan mereka tampilkan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi serta menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan dengan cara *purposive sampling*, dengan membagi informan menjadi dua kategori yaitu informan pelaku dan informan pengamat. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori hegemoni budaya oleh Antonio Gramsci dan dianalisis menggunakan momen dialektis dalam teori konstruksi sosial oleh Peter L. Berger melalui tiga tahap yaitu proses eksternalisasi, proses objektivikasi dan proses internalisasi.

Budaya K-Pop secara konsisten menyajikan bentuk maskulinitas yang khas, seringkali menampilkan idol K-Pop dengan penampilan diri yang modis, terawat dan sebagainya. Hegemoni budaya K-Pop memainkan peran penting dalam membentuk citra mengenai apa yang dianggap sebagai maskulinitas yang di idolakan. Hegemoni budaya K-Pop memiliki dampak yang signifikan terhadap proses rekonstruksi makna maskulinitas oleh *fanboy* K-Pop melalui citra maskulinitas K-Pop yang ditampilkan melalui media. Pada proses tersebut *fanboy* K-Pop melalui tiga tahap yaitu proses eksternalisasi, proses objektivikasi dan proses internalisasi. Hal tersebut meliputi proses awal yaitu eksternalisasi merupakan proses adaptasi diri *fanboy* K-Pop dengan hal-hal yang berhubungan dengan K-Pop, kemudian proses objektivikasi yaitu interaksi *fanboy* K-Pop dengan media yang menampilkan K-Pop hingga pada proses internalisasi yaitu saat *fanboy* menginternalisasikan nilai-nilai tersebut ke dalam diri mereka. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya perubahan makna maskulinitas oleh *fanboy* K-Pop.

Kata Kunci: Fanboy, K-Pop, Rekonstruksi, Maskulinitas, Hegemoni.

ABSTRACT

Azie Emil Yarni. 1910821012. Thesis S1. Department of Anthropology, Faculty of Social and Political Science, Andalas University, Padang, 2024. The Meaning Of Masculinity in K-Pop Boy Group Fanboys (Phenomenological Study Among Students at Andalas University). Dra. Ermayanti, M.Si Supervisor I and Fajri Rahman, MA Supervisor II.

The Korean wave phenomenon with K-Pop as one of its products presents a group of fans both fanboys and fangirls. K-Pop boy groups come with a unique and attractive appearance by wearing makeup products, clean white skin, red/pink lip color, colored hair, thick eyebrows, and unique and striking eye colors. The purpose of this research is to find out how the process of interpreting masculinity in K-Pop boy group fanboys at Andalas University and how the experiences they get regarding the masculinity they interpret and display.

This research uses a qualitative method with a phenomenological approach and uses data collection techniques of interviews, observation, literature study and documentation. The selection of informants was carried out by means of purposive sampling, by dividing the perpetrator informants and observer informants. This research was analyzed using Antonio Gramsci's hegemony theory and analyzed using dialectical moments in social construction theory by Peter L. Berger through three stages, namely the externalization process, the objectification process and the internalization process.

Pop culture consistently presents a distinctive form of masculinity, often featuring K-Pop idols with fashionable, well-groomed personal appearances and so on. K-Pop cultural hegemony plays an important role in shaping images of what is considered idolized masculinity. K-Pop cultural hegemony has a significant impact on the process of reconstructing the meaning of masculinity by K-Pop fanboys through the image of K-Pop masculinity displayed through the media. In this process, K-Pop fanboys go through three stages, namely the externalization process, the objectification process and the internalization process. This includes the initial process of externalization, which is the process of self-adaptation of K-Pop fanboys with things related to K-Pop, then the objectification process, namely the interaction of K-Pop fanboys with media that displays K-Pop to the process of fanboys internalizing these values into their lives. This can be seen from the changing meaning of masculinity by K-Pop fanboys

Keywords: Fanboy, K-Pop, Reconstruction, Masculinity, Hegemony.