

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya Korea Selatan terus mengukuhkan pengaruhnya secara global melalui fenomena yang dikenal sebagai *Hallyu* (Valenciana & Pudjibudoyo, 2022). Budaya tersebut hadir melalui produk hiburan seperti *K-Pop*, *K-Drama*, *K-Movie*, dan *variety show*. Di Indonesia, penyebaran budaya Korea dimulai sejak 2002 ketika *K-Drama* mulai ditayangkan di stasiun televisi nasional, dan sejak saat itu penggemarnya terus tumbuh dan aktif berinteraksi melalui media sosial (Jung, dalam Ramdhani & Linadi, 2012). Indonesia bahkan tercatat sebagai konsumen *K-Pop* terbesar di dunia dengan pangsa pasar 18% (GoodStats, 2024).

Meluasnya konsumsi drakor tidak lepas dari peran TikTok sebagai *platform* yang secara masif menyebarkan konten budaya populer, termasuk budaya *Hallyu*. Dengan 184,95 juta pengguna di Indonesia per April 2025 (We Are Social & Meltwater, 2025). Penggunaan TikTok di Indonesia awalnya berfokus pada konten hiburan seperti tarian, *lip-sync*, dan sulih suara. Seiring perkembangan, TikTok berubah menjadi platform yang memuat berbagai jenis konten, mulai dari budaya, kesehatan, pendidikan, hingga gaya hidup (Priantiwi & Abdurrahman, 2023). Dalam proses ini, kreator tidak hanya membagikan konten, tetapi juga membentuk dan menyebarkan berbagai konstruksi maskulinitas. Keunikan TikTok terletak pada algoritma *For You Page* (FYP) yang menyebarkan konten melampaui jaringan sosial pengguna, sehingga pemaknaan terhadap suatu konten dapat terbentuk secara masif dan lintas kelompok (Weimann & Masri, 2020). Adanya fitur duet dan *stitch* juga mendorong pengguna untuk aktif merespons dan memproduksi ulang konten

yang mereka tonton (Nurhaliza et al., 2025). Kondisi ini membuat konten seputar drakor terus berkembang di TikTok, contohnya terlihat dari akun-akun seperti @boboholokal dengan 2,1 juta pengikut dan @yovincaprafika dengan 201,4 ribu pengikut per April 2026, yang aktif membuat konten seputar rekomendasi drama Korea dan juga video *reaction* terhadap cuplikan adegan drama Korea.

Drama Korea memiliki banyak genre, mulai dari romansa, keluarga, komedi, action, politik, medis, dan lainnya (Ardia, 2014). Namun dari semua genre tersebut, genre romance paling banyak digemari perempuan. Berdasarkan survei Jakpat (2025), sebanyak 79% penonton perempuan menyukai genre ini, jauh lebih tinggi dibandingkan 59% penonton laki-laki. Data GoodStats (2022) juga menunjukkan bahwa penonton K-Drama di Indonesia didominasi generasi Z dan milenial dengan kelompok usia 20—24 tahun mencapai 22% dan usia 25—29 tahun sebesar 20%, sementara data Kompasiana mencatat dominasi kalangan pelajar SMA (31%) dan mahasiswa (30%) sebagai penonton terbesar (Fortuna, 2021). Tingginya konsumsi drama Korea di kalangan perempuan muda inilah yang menjadikan mereka kelompok paling terpapar konten tentang karakter Gwan Shik di TikTok, sekaligus paling aktif dalam memproduksi dan menyebarkan narasi yang menjadikannya standar maskulinitas ideal.

Popularitas drama Korea turut mendorong terbentuknya ekspektasi perempuan terhadap laki-laki ideal. Penggambaran tokoh utama pria yang sempurna dalam drama Korea berkembang menjadi konstruksi maskulinitas yang digunakan perempuan untuk menilai laki-laki di kehidupan nyata (Husodo & Sethio, 2021). Fenomena ini paling nyata terlihat pada karakter Gwan Shik dalam drama *When Life Gives You Tangerines* (2025) karya Kim Won-Seok, melalui tagar

#*whenlifegivesyoutangerines*-nya mencatatkan sekitar 144.600 unggahan sepanjang Maret hingga Mei 2025. Menariknya, Gwan Shik bukanlah sosok pria *chaebol* (kaya) atau berkuasa, ia digambarkan sebagai laki-laki miskin yang hidup di Jeju pada era 1950-an, sebuah masa di mana budaya patriarki masih sangat kuat. Namun justru di tengah konteks itulah karakter ini menentang norma yang berlaku dengan mencintai pasangannya secara setara, hadir sepenuhnya sebagai ayah yang penuh kasih dan kelembutan, dan menempatkan keluarga di atas segalanya. Hasil observasi awal peneliti menunjukkan bahwa representasi inilah yang membuat konten-konten di TikTok didominasi oleh narasi, reaksi, dan cuplikan drama yang secara terang-terangan menjadikan Gwan Shik sebagai "*the standard*" dalam hubungan dan "laki-laki paling *green flag*" oleh audiens perempuan. Proses ini diperkuat oleh mekanisme TikTok yang secara algoritmik terus mengamplifikasi konten-konten tersebut hingga narasi tentang Gwan Shik sebagai standar maskulinitas ideal mengalami glorifikasi secara masif dan berulang di *platform* tersebut.

Munculnya karakter Gwan Shik sebagai ikon laki-laki *green flag* menandai pergeseran nyata dalam cara perempuan Indonesia mendefinisikan laki-laki ideal. Selama ini, pandangan tentang laki-laki ideal di Indonesia dibentuk oleh budaya patriarki yang menempatkan laki-laki sebagai pemegang kuasa, sosok dominan, dan pihak yang lebih utama dari perempuan (Sakina & Siti, 2017; Nurmila, 2015), sehingga melahirkan maskulinitas tradisional sebagai standar yang diyakini masyarakat, yakni laki-laki yang berotot, kuat, berani, mandiri, dan berkuasa (Wulantari, 2017; Reeser dalam Praptika & Putra, 2016). Pergeseran dari standar tersebut sebenarnya sudah mulai terlihat melalui media Korea, sebagaimana

dibuktikan Praptika & Putra (2016) dalam penelitiannya pada acara *reality show* Korea “*The Return of Superman*” yang menampilkan laki-laki terlibat dalam pengasuhan anak dan pekerjaan rumah tangga. Begitupun dengan penggambaran karakter Gwan Shik yang bukan sebagai sosok dominan atau berkuasa, melainkan sebagai *family man* yang lembut, setara, dan bertanggung jawab penuh terhadap pasangan maupun keluarganya, membuktikan bahwa perempuan kini menginginkan maskulinitas yang bertumpu pada kehadiran emosional, bukan sekadar kekuatan dan dominasi.

Paparan berulang mengenai gambaran laki-laki ideal yang diperkuat melalui narasi TikTok, berpotensi menggeser konstruksi maskulinitas yang selama ini diyakini masyarakat Indonesia. Untuk memahami proses tersebut, penelitian ini menggunakan teori resepsi model *encoding/decoding* Stuart Hall yang memandang bahwa makna media tidak bersifat tetap, melainkan dihasilkan melalui proses *decoding* oleh audiens yang dipengaruhi oleh latar belakang sosial dan pengalaman mereka. Audiens dipandang sebagai pihak aktif yang dapat menerima, menegosiasikan, atau menolak pesan media, sehingga menghasilkan beragam pemaknaan terhadap satu teks yang sama (Hall, 2001). Pengalaman dan latar belakang inilah yang menurut Beynon (2002) turut membentuk pandangan seseorang tentang laki-laki ideal sejak kecil melalui proses interaksi sosial, dan pada akhirnya memengaruhi bagaimana audiens perempuan memaknai karakter Gwan Shik sebagai standar maskulinitas ideal.

Teori ini juga menyatakan bahwa dalam memaknai pesan media, audiens menempati tiga posisi, diantaranya *dominant reading* ketika audiens menerima pesan media sepenuhnya, *negotiated reading* ketika audiens menerima sebagian

namun menyesuaikan dengan kondisi mereka, dan *oppositional reading* ketika audiens menolak pesan yang disampaikan (Hall, 2001). Ketiga posisi ini terlihat nyata dalam cara audiens perempuan merespons karakter Gwan Shik di TikTok. Akun @bebesheee2 misalnya, secara terang-terangan menjadikan karakter Gwan Shik sebagai standar suami ideal yang setia, setara, bertanggung jawab, dan selalu hadir secara fisik maupun emosional, yang kemudian diperkuat oleh komentar @acromio.clavicular: "*persetan dibilang standar TikTok, gua cuma mau suami spek Gwan Shik*". Namun di sisi lain, sebagian audiens justru menolak standar tersebut karena dianggap tidak realistis secara ekonomi, seperti yang dinyatakan @rinaa5781: "*ekonomi itu no 1, gw gamasalah laki gw patriarki asal kebutuhan tercukupi*". Berangkat dari fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana audiens perempuan pengguna TikTok memaknai karakter Gwan Shik sebagai standar maskulinitas ideal dalam konteks kehidupan nyata mereka.

Topik ini sebelumnya telah dikaji oleh Sinatrya & Widhiandono (2025) dalam penelitian berjudul "*Representasi Pasangan Ideal dalam K-Drama When Life Gives You Tangerines*" menggunakan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa komentar di media sosial cenderung membandingkan karakter Gwan Shik dengan laki-laki Indonesia, sehingga berpotensi membentuk ekspektasi maskulinitas yang tidak realistis. Namun penelitian tersebut berhenti pada level teks dan wacana, sementara bagaimana audiens perempuan secara aktif memaknai representasi tersebut belum mendapat perhatian. Padahal, pemaknaan audiens tidak bersifat seragam, latar belakang sosial, pengalaman personal, dan posisi gender seseorang akan menghasilkan pembacaan yang berbeda-beda terhadap teks yang sama (Hall, 2001). Audiens

perempuan khususnya, sebagai kelompok yang paling banyak mengonsumsi drama Korea sekaligus pihak yang secara langsung menjadikan representasi maskulinitas sebagai referensi dalam menilai laki-laki, menjadi kelompok yang paling relevan untuk diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan berfokus pada bagaimana audiens perempuan pengguna TikTok memaknai, menegosiasikan, atau menolak konstruksi maskulinitas ideal karakter Gwan Shik dalam konteks kehidupan nyata mereka. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengangkat judul **"Resepsi Audiens Perempuan dalam Konstruksi Maskulinitas Ideal Karakter Gwan Shik pada #whenlifegivesyoutangerines di TikTok."**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemaknaan audiens perempuan terhadap konstruksi maskulinitas ideal yang ditampilkan melalui karakter Gwan Shik dalam #whenlifegivesyoutangerines di TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mendeskripsikan pemaknaan audiens perempuan terhadap konstruksi maskulinitas ideal yang ditampilkan melalui karakter Gwan Shik dalam #whenlifegivesyoutangerines di TikTok.
- 2) Mengetahui posisi audiens perempuan dalam memaknai konstruksi maskulinitas ideal yang ditampilkan melalui karakter Gwan Shik dalam #whenlifegivesyoutangerines di TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya kajian dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam ranah studi komunikasi gender dan teori resepsi Stuart Hall. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk memahami bagaimana perempuan membentuk pemaknaan terhadap konstruksi maskulinitas di media sosial, serta membuka peluang penelitian lanjutan terkait hubungan antara budaya populer, gender, dan media digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi pengguna media sosial agar lebih kritis dalam menanggapi konstruksi maskulinitas ideal yang ditampilkan di platform digital seperti TikTok. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menganalisis resepsi audiens terhadap konten media dan memahami bagaimana konstruksi gender terbentuk serta dinegosiasikan dalam ruang digital.

