

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Simbol merupakan elemen fundamental dalam interaksi manusia. Tradisi interaksionisme simbolik menjelaskan bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dilekatkan padanya, di mana makna tersebut lahir dari interaksi sosial dan dimodifikasi melalui proses interpretasi (Blumer, 1986). Geertz (1973) menegaskan bahwa simbol memiliki fungsi ganda, yakni sebagai *model of reality* (representasi dunia) sekaligus *model for reality* (panduan tindakan). Dengan demikian, simbol bukan entitas pasif, melainkan instrumen aktif yang mengarahkan perilaku sosial dan membentuk struktur makna kolektif.

Kerangka simbolik ini menjadi pijakan untuk memahami gender sebagai konstruksi sosial. Gender bukan fakta biologis, melainkan konstruksi sosial yang dinamis. Gender adalah simbol yang diproduksi dan direproduksi melalui institusi, interaksi sehari-hari, dan praktik budaya, sehingga mengandung makna normatif mengenai bagaimana laki-laki dan perempuan “seharusnya” berperilaku. Misalnya, laki-laki sering dilekatkan pada rasionalitas, kekuatan, dan ketangguhan, sedangkan perempuan dikaitkan dengan kelembutan dan kerentanan. Anggapan ini, yang sering dianggap alamiah, pada dasarnya merupakan simbol dominan yang membatasi ruang ekspresi dan identitas. Bagi laki-laki, konstruksi sosial ini termanifestasi dalam maskulinitas hegemonik, yaitu konfigurasi praktik gender yang menekankan dominasi, kekuasaan, ketegasan, heteronormativitas, dan kontrol emosional (Connell, 2009).

Ranah politik modern, misalnya, telah lama menjadi arena yang memperlihatkan laki-laki sebagai sosok pemimpin rasional dan kuat, tercermin dari rendahnya keterwakilan perempuan dalam posisi publik. Realitas ini tampak jelas dalam rendahnya keterwakilan perempuan dalam berbagai posisi publik. UN Women & Inter-Parliamentary Union (2025) menunjukkan bahwa perempuan hanya menduduki 27,2% kursi parlemen di seluruh dunia. Ketimpangan ini juga terlihat pada posisi eksekutif pemerintahan, di mana hanya sekitar 22,9% menteri di tingkat global adalah perempuan. Data tersebut menegaskan bahwa struktur kekuasaan politik internasional secara historis dan struktural masih didominasi oleh laki-laki.

Di Asia Tenggara, ketimpangan representasi politik juga masih sangat terlihat. Laporan SIGI (2024) yang diterbitkan OECD mencatat bahwa perempuan hanya menempati sekitar 22% kursi parlemen pada akhir 2023. Analisis dari Friedrich-Ebert-Stiftung (FES Asia, 2025) memperkuat temuan ini dengan estimasi keterwakilan perempuan di kisaran 23%, menunjukkan bahwa negara-negara Asia Tenggara masih berhadapan dengan hambatan institusional dan norma sosial budaya yang membatasi akses perempuan dalam politik formal.

Ketimpangan gender tidak hanya terjadi dalam ranah politik, tetapi juga dalam ranah ekonomi global. *Global Gender Gap Report* (WEF, 2024) mengungkapkan bahwa jurang dalam partisipasi ekonomi dan posisi kepemimpinan tetap signifikan. Perempuan hanya mengisi sekitar 36% posisi kepemimpinan senior, mulai dari manajer hingga eksekutif puncak yang mencerminkan kesenjangan struktural dalam proses pengambilan keputusan

ekonomi global. Laporan ringkas WEF menegaskan bahwa jabatan manajerial dan eksekutif masih sangat maskulin, sehingga akses perempuan ke posisi strategis tetap terbatas.

Situasi di Indonesia memperlihatkan dinamika yang serupa. Badan Pusat Statistik (BPS, 2023) mencatat bahwa Indeks Ketimpangan Gender (IKG) pada 2023 berada pada angka 0,447, menurun dari 0,459 pada tahun sebelumnya. Meski menunjukkan kemajuan, kesenjangan dalam partisipasi kerja masih tajam. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) perempuan tercatat sebesar 54,52%, jauh di bawah laki-laki yang mencapai 84,26%. Selisih hampir 30 poin persentase ini mengindikasikan adanya hambatan struktural, kultural, dan domestik yang menghalangi perempuan untuk memasuki atau mempertahankan pekerjaan dalam sektor ekonomi formal.

Meskipun demikian, di balik keistimewaan struktural, laki-laki menghadapi krisis emosional tersembunyi. Norma maskulinitas hegemonik menuntut mereka untuk menekan kesedihan, menolak kelemahan, dan menyembunyikan kerentanan demi mempertahankan citra “laki-laki sejati” (Connell, 2005). Tekanan ini menimbulkan *gender role conflict* berupa kompetisi berlebihan, pembatasan afeksi, serta ketegangan antara pekerjaan dan keluarga, yang dapat meningkatkan kerentanan terhadap stres psikologis (Mahalik dkk., 2003; Addis & Mahalik, 2003). Represi emosional juga melemahkan keterhubungan sosial (*connectedness*) yang penting bagi pencegahan bunuh diri, dan, ketika dipertahankan secara kuat, hal ini dapat meningkatkan risiko gangguan

mental maupun perilaku bunuh diri pada laki-laki (McKenzie dkk., 2018; Pirkis dkk., 2017).

Di Indonesia, tantangan kesehatan mental laki-laki terlihat signifikan. Data Global Burden of Disease 2021 menunjukkan bahwa 5.095 dari 6.544 kasus bunuh diri terjadi pada laki-laki, sementara prevalensi skizofrenia beserta gejala depresinya juga lebih tinggi pada kelompok ini. Meski demikian, tingkat pencarian bantuan sangat rendah, di mana Into The Light Indonesia (2021) mencatat hanya 18% laki-laki yang pernah mengakses layanan kesehatan mental dibanding 31% perempuan, dan Sakernas/Susenas 2022 melaporkan 58% pekerja laki-laki menunjukkan tanda gangguan mental dengan sekitar 1,4 juta mengaku mengalami masalah kesehatan jiwa. Rendahnya akses ini berkaitan erat dengan norma sosial yang menuntut laki-laki untuk selalu tampak kuat dan tidak menunjukkan emosi. Pola maskulinitas seperti ini justru memperbesar kerentanan psikologis sekaligus membuat laki-laki enggan mencari bantuan ketika mengalami masalah kesehatan mental (Arlinta, 2025). Perkembangan temuan tersebut menunjukkan bahwa persoalan kesehatan mental laki-laki berkaitan erat dengan konstruksi gender yang membatasi mereka.

Kesadaran atas dampak norma maskulinitas hegemonik ini sebenarnya telah tumbuh seiring transformasi sosial dan gerakan kesetaraan gender sejak 1960-an, yang mulai mempertanyakan posisi dan peran laki-laki dalam struktur patriarki. Meskipun menempati posisi dominan, laki-laki dibebani tuntutan sosial untuk selalu kuat, rasional, dan tegar, sehingga memunculkan berbagai gerakan yang menantang batas-batas gender hegemonik (Messner, 1998). Pada 1960–

1970-an, *Men's Liberation Movement* (MLM) di Amerika Serikat dan Inggris mengusung refleksi diri, solidaritas dengan feminisme, dan kebebasan ekspresi kerentanan bagi laki-laki. Sementara itu, pada 1980-an, *Men's Rights Movement* (MRM) lebih menekankan advokasi hak-hak laki-laki dan sering bersifat reaktif terhadap feminisme (Messner, 2016; Maddison 1999). Kedua gerakan tersebut menunjukkan bahwa maskulinitas bersifat relasional, dinamis, dan terus diperebutkan dalam konfigurasi kuasa sosial dan kultural (Connell, 2009).

Di Indonesia, gerakan laki-laki berkembang lebih reflektif dan kolaboratif. Aliansi Laki-Laki Baru (ALB) yang berdiri pada awal September 2009, merupakan gerakan pro-feminis yang menolak kekerasan berbasis gender, menekankan budaya patriarki merugikan perempuan sekaligus membebani laki-laki melalui konstruksi maskulinitas yang menegaskan hirarki antar laki-laki. ALB menumbuhkan kesadaran laki-laki sebagai sekutu feminisme, mengadvokasi keadilan gender dan penghapusan kekerasan (Aliansi Laki-laki Baru, 2016; 2025).

Kesadaran mengenai pentingnya ekspresi kerentanan laki-laki juga terlihat dalam budaya populer Indonesia, melalui film dan musik yang mulai menampilkan laki-laki sebagai figur yang rentan, membutuhkan afeksi, dan memiliki ruang untuk bersedih. Misalnya, film *Kucumbu Tubuh Indahku* (2018) menampilkan trauma laki-laki secara emosional yang menantang stereotipe maskulinitas tangguh (Astono dkk., 2020). Selain itu, lagu-lagu populer Indonesia, seperti “Duka”, “Komang”, dan “Rumah Singgah”, menampilkan figur laki-laki yang terbuka terhadap rasa kehilangan dan kesedihan (Gumelar dkk., 2023). Adapun lagu-lagu Jawa populer karya Denny Caknan juga menekankan perasaan

patah hati pada laki-laki (Febrindasari dkk., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa konstruksi maskulinitas abad ke-21 mulai bergeser menuju nilai-nilai yang lebih empatik dan inklusif.

Perkembangan media digital semakin membuka ruang baru bagi laki-laki untuk menegosiasikan identitas dan merespons norma maskulinitas hegemonik. Misalnya, Instagram, sebagai platform berbasis visual, mendorong kurasi diri dan performativitas melalui estetika gambar yang membentuk cara pengguna menampilkan diri (Stuart, 2020). Selanjutnya, YouTube, dengan format video panjangnya, memberi kesempatan untuk narasi reflektif dan eksplorasi pengalaman personal secara lebih mendalam (Lange, 2019). Namun, TikTok menjadi ruang yang paling dinamis, di mana format video pendeknya mendorong ekspresi kerentanan yang spontan, eksperimentasi identitas, serta keterhubungan berbasis afek yang cepat terbentuk karena mekanisme algoritmik (Jiang dkk., 2022). TikTok juga memfasilitasi ekspresi euforia dan disforia gender, sekaligus mempercepat viralitas dan memproduksi representasi identitas yang lebih cair melalui sistem rekomendasi (Dillon dkk., 2025).

Misalnya, di Indonesia, tren TikTok “Laki-laki tidak Bercerita” yang viral sejak akhir 2024, mencoba mengkritik norma maskulinitas hegemonik, dan hingga awal 2025 telah diadaptasi dalam ratusan konten di TikTok dan Instagram (Khudori, 2025). Nainggolan dkk., (2025) menegaskan narasi ini berakar pada sosialisasi gender sejak kecil yang mendorong laki-laki menekan emosi demi memenuhi tuntutan maskulinitas hegemonik. Lebih jauh, praktik ini terlihat jelas pada akun TikTok @ruangmu_bercerita yang menjadi wadah bagi laki-laki untuk

mengekspresikan kesedihan, kehilangan, dan ketidakberdayaan, di mana telah menarik jutaan penonton, dengan ribuan komentar.

Dari penjabaran tersebut, dapat dipahami bahwa simbol tidak berhenti sebagai tanda, melainkan bergerak menjadi representasi sosial. Simbol seperti tangisan, narasi kesedihan, atau frasa “laki-laki tidak bercerita” memperoleh makna ketika dikonstruksi melalui media dan kemudian ditafsirkan oleh audiens. Dengan demikian, simbol dalam media, termasuk ekspresi kerentanan laki-laki di TikTok, merupakan bentuk representasi sosial yang maknanya dibentuk, diproduksi, dan diperebutkan melalui interaksi digital, seperti komentar, tanda suka, dan pembagian konten.

Berangkat dari kerangka tersebut, penelitian ini memandang gender, termasuk maskulinitas hegemonik, sebagai simbol sosial yang tidak bersifat alamiah atau tetap, melainkan diproduksi, dipertunjukkan, dan dinegosiasikan melalui media. Dalam hal ini, konsep *Undoing Gender* (Butler, 2004) digunakan untuk memahami bahwa ekspresi kerentanan dapat dipandang sebagai praktik performatif yang berpotensi mempertanyakan dan mengganggu norma gender yang dominan, serta membuka ruang bagi pemaknaan maskulinitas yang lebih plural, empatik, dan reflektif. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah mengeksplorasi bagaimana ekspresi kerentanan laki-laki di media sosial, khususnya TikTok, berfungsi sebagai bentuk representasi yang memuat penolakan terhadap maskulinitas hegemonik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana penolakan maskulinitas hegemonik direpresentasikan melalui ekspresi kerentanan laki-laki pada akun TikTok @ruangmu_bercerita?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Menganalisis bagaimana ekspresi kerentanan laki-laki direpresentasikan pada akun TikTok @ruangmu_bercerita sebagai bentuk penolakan terhadap maskulinitas hegemonik.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi bentuk-bentuk ekspresi kerentanan laki-laki yang direpresentasikan pada akun TikTok @ruangmu_bercerita.
2. Mendeskripsikan makna ekspresi kerentanan yang merepresentasikan penolakan laki-laki terhadap maskulinitas hegemonik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiologi digital dan kajian gender, khususnya dalam memahami bagaimana ekspresi kerentanan laki-laki pada akun TikTok @ruangmu_bercerita dapat direpresentasikan sebagai bentuk penolakan terhadap maskulinitas hegemonik, sekaligus menambah pemahaman tentang konstruksi identitas maskulinitas di ruang digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi bagi masyarakat dalam memahami ekspresi kerentanan laki-laki sebagai bagian dari dinamika sosial, sehingga mendorong perubahan norma gender menuju relasi yang lebih setara dan tidak membatasi ekspresi emosional berdasarkan konstruksi sosial tertentu.
2. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi berbagai aktor sosial, seperti pembuat kebijakan, lembaga pendidikan, pekerja sosial, tenaga kesehatan mental, serta pelaku media, dalam merumuskan kebijakan, pendekatan, dan praktik sosial yang lebih responsif terhadap isu gender, relasi sosial, dan kesehatan psikologis, serta tidak mereproduksi ketimpangan dan stereotip gender dalam kehidupan sosial.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Representasi

Representasi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses di mana sesuatu hadir dan dipahami oleh pihak lain. Secara harfiah, definisi ini menekankan representasi sebagai bentuk penyajian atau penggambaran. Akan tetapi, dalam kajian ilmu sosial, representasi dipahami lebih dari sekadar penampilan pasif. Ia merupakan praktik aktif yang membentuk cara manusia menafsirkan realitas dan membangun persepsi kolektif. Dengan kata lain, representasi tidak hanya menampilkan sesuatu apa adanya, tetapi juga memediasi makna dan pengalaman sosial.

Pemahaman mengenai representasi sebagai praktik pemaknaan tidak dapat dilepaskan dari kerangka semiotika. De Saussure (sebagaimana dikutip oleh Culler, 1986) menekankan bahwa konsep tanda (*sign*) terdiri dari penanda (*signifier*), yaitu bentuk fisik tanda seperti kata, gambar, atau suara, dan petanda (*signified*), yakni konsep atau makna yang dirujuk oleh penanda tersebut. Lebih jauh, ia menegaskan bahwa hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer, di mana tidak ada keterkaitan alami antara bentuk dan makna. Dalam perspektif ini, makna suatu tanda ditentukan oleh relasi dengan tanda lain dalam suatu jaringan linguistik, bukan oleh karakter inherennya. Dengan demikian, representasi adalah proses konstruksi makna yang bergantung pada sistem tanda dan interaksi sosial, bukan sekadar pantulan realitas.

Lebih lanjut, Barthes, seperti yang dijelaskan oleh Culler (1983), menambahkan dimensi penting dengan membedakan makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif adalah makna literal atau dasar dari suatu tanda, sedangkan makna konotatif bersifat ideologis dan muncul dari konteks sosial, budaya, dan pengalaman kolektif. Ia menekankan bahwa representasi selalu sarat konstruksi sosial, di mana makna tidak muncul secara alami, melainkan dibentuk dan dimediasi oleh norma, nilai, dan ideologi yang berlaku dalam masyarakat.

Berangkat dari pemahaman bahwa makna selalu dikonstruksi, Hall (1997, sebagaimana dikutip oleh Rojek, 2009) memperluas perspektif ini dengan menekankan representasi sebagai praktik diskursif. Dalam perspektif *Cultural Studies*, representasi bukan sekadar menggambarkan dunia, tetapi ia membentuk realitas sosial itu sendiri. Hall (1997, dalam Rojek, 2009) menekankan bahwa

makna diproduksi melalui bahasa, tanda, dan praktik simbolik yang terjadi dalam konteks sosial, sejarah, dan relasi kekuasaan tertentu. Representasi selalu terkait dengan ideologi dan politik, sehingga siapa yang memproduksi tanda dan bagaimana tanda tersebut dikonsumsi memiliki implikasi terhadap persepsi sosial dan pembentukan identitas.

Berdasarkan cara kerja makna tersebut, Hall (1997) mengklasifikasikan jenis-jenis representasi ke dalam tiga bentuk utama, yaitu representasi reflektif, representasi intensional, dan representasi konstruksionis. Representasi reflektif memandang bahasa dan simbol sebagai cermin realitas, seolah-olah makna telah melekat pada objek yang direpresentasikan. Representasi intensional menekankan peran subjek atau pembuat pesan sebagai penentu makna, di mana representasi dipahami sebagai ekspresi kehendak dan maksud tertentu. Sementara itu, representasi konstruksionis memandang makna sebagai hasil konstruksi sosial yang diproduksi melalui bahasa, tanda, dan praktik diskursif dalam konteks sosial, historis, dan relasi kekuasaan tertentu (Hall, 1997). Dalam kajian budaya dan media, jenis representasi konstruksionis menjadi pendekatan yang paling dominan karena menempatkan representasi sebagai arena produksi dan pertarungan makna.

Selain dibedakan berdasarkan pendekatan konseptualnya, representasi juga dapat diklasifikasikan berdasarkan bentuk dan mediumnya. Fiske (1987) dan Storey (2018) membedakan representasi ke dalam representasi visual, seperti gambar, fotografi, dan film; representasi verbal atau tekstual, yang hadir dalam bentuk bahasa lisan maupun tulisan; serta representasi simbolik, yang bekerja melalui tanda budaya, ritual, dan praktik sosial yang sarat makna ideologis. Setiap

bentuk representasi memiliki kode dan konvensi tersendiri yang memengaruhi cara makna diproduksi dan ditafsirkan oleh audiens.

Fiske (1987) menambahkan dimensi analitis dengan membedakan tiga level dalam produksi makna oleh media. Pertama, realitas, objek atau kejadian sehari-hari yang ditangkap media. Selanjutnya, representasi, yakni bagaimana media menyajikan realitas menggunakan kode, simbol, dan teknik tertentu. Terakhir, ideologi, yaitu nilai dominan atau pesan tersembunyi yang terkandung dalam penyajian tersebut. Fiske juga menekankan bahwa audiens secara aktif menafsirkan dan menegosiasikan makna sesuai konteks sosial-budaya mereka. Dengan kata lain, media bukan sekadar mencerminkan dunia, tetapi media memediasi pengalaman dan membentuk persepsi melalui tanda, kode, dan ideologi yang tertanam di dalamnya.

Dengan demikian, berbagai jenis representasi ini menegaskan bahwa representasi bukanlah proses yang netral dan tunggal, melainkan praktik sosial yang berlapis dan kontekstual. Pemahaman terhadap jenis-jenis representasi menjadi landasan penting untuk menganalisis bagaimana realitas sosial, identitas, dan ideologi dibentuk serta direproduksi dalam masyarakat melalui bahasa, media, dan budaya.

1.5.2 Media Sosial sebagai Ajang Representasi

Perkembangan teknologi digital telah mengubah media sosial menjadi arena strategis bagi individu dan kelompok untuk memproduksi, memperagakan, dan menyebarkan identitas diri (Boyd, 2010; Ellison & Boyd, 2013). Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang

konstruksi citra diri (*self-image construction*), pembentukan reputasi sosial (*social reputation-building*), serta ekspresi nilai dan preferensi budaya (*cultural preferences*) (Kaplan & Haenlein, 2010; Khazraee & Novak, 2018).

Jenis media sosial yang populer meliputi:

1. Jejaring sosial (*Social Networking Sites*): Facebook, LinkedIn, untuk relasi personal dan profesional;
2. Platform berbagi visual (*Visual Media Sharing*): Instagram, TikTok, Pinterest, berbasis foto, video, dan konten kreatif;
3. Microblogging platforms: Twitter/X, untuk teks singkat, opini, dan diskusi publik;
4. Platform komunitas (*Collaborative/Community Platforms*): Reddit, Discord, mengutamakan forum diskusi dan minat khusus;
5. Platform video panjang (*Long-form Video Platforms*): YouTube, Vimeo, untuk narasi audiovisual mendalam.

Melalui berbagai *affordances*, seperti unggahan foto, video, *story*, caption, komentar, *likes/share*, dan algoritma visibilitas, pengguna dapat menampilkan performativitas identitas (*identity performativity*), termasuk identitas gender, budaya, dan sosial. Media sosial juga menjadi ruang dialog, kritik, serta pembentukan persepsi publik pada tingkat global (Lüders dkk., 2022; Mahmud & Wong, 2021; Putikadyanto dkk., 2021).

Putikadyanto dkk., (2021) menegaskan bahwa “*users can employ multiple, multimodal resources in the expression of their identity,*” yang berarti pengguna tidak hanya dipresentasikan oleh media, tetapi secara aktif membentuk

representasi diri mereka. Dalam perspektif ini, media sosial berfungsi sebagai ruang publik baru (*new public sphere*) di mana wacana dan norma budaya diproduksi, dinegosiasikan, dan dikontestasi. Identitas kelompok marginal, misalnya, dapat muncul melalui strategi digital meski berada dalam tekanan algoritmik dan dinamika platform. Dengan demikian, media sosial merupakan arena performatif tempat makna identitas terus dibentuk dan diuji (Jin, 2025).

Proses representasi di media sosial dapat dipahami melalui tiga mekanisme teoretis. Pertama, *self-presentation* yang strategis, di mana *feedback-seeking*, kurasi konten, dan *social comparison* memainkan peran penting dalam pembentukan identitas online (Hjetland dkk., 2022). Kedua, mekanisme *anchoring* dan *objectification* dalam teori representasi sosial, ketika konsep abstrak dikaitkan ke kategori budaya yang dikenal (*anchoring*) lalu diwujudkan secara konkret melalui gambar, meme, atau video (*objectification*), seperti pada ikonografi COVID-19 (Cohen dkk., 2022). Ketiga, *contestation of meaning*, yaitu negosiasi simbolik yang memanfaatkan *affordances* platform untuk membangun atau menantang narasi tertentu (Lüders dkk., 2022).

Representasi identitas juga terkait dengan dinamika kekuasaan dan norma sosial. Visibilitas tidak netral, di mana algoritma dan struktur sosial menentukan siapa yang disorot, diabaikan, atau dimarjinalkan. Representasi tertentu bahkan dapat memperkuat stereotip gender, objektifikasi, atau marginalisasi (Santoniccolo dkk., 2023). Oleh karena itu, representasi di media sosial tidak hanya berkaitan dengan “apa yang ditampilkan,” tetapi juga “siapa yang ditampilkan,” “bagaimana ditampilkan,” dan “bagaimana diterima” oleh audiens.

Secara konseptual, representasi identitas di media sosial meliputi:

1. Pemilihan visual, audio, dan teks sebagai bentuk representasi diri;
2. Interaksi pengguna (*user interaction*) seperti komentar dan *likes/share* yang memediasi pembacaan identitas;
3. Logika algoritmik (*algorithmic logic*) yang menentukan distribusi dan visibilitas konten;
4. Negosiasi dan penolakan (*negotiation and resistance*) terhadap representasi dominan melalui narasi alternatif.

Media sosial menawarkan peluang bagi afirmasi identitas (*identity affirmation*) dan pembentukan makna sosial baru. Misalnya, penggunaan foto profil (*self-photograph*) dikaitkan dengan kepuasan hidup yang lebih tinggi (Hung dkk., 2021). Namun, tekanan norma ideal, bias algoritmik, dan tuntutan tampil sempurna dapat mendorong perbandingan sosial dan menciptakan representasi yang tidak autentik (Martinac dkk., 2023).

Secara keseluruhan, memahami media sosial sebagai ajang representasi berarti melihat platform digital sebagai ruang produksi identitas dan perebutan makna (*meaning-making arena*). Analisis representasi dalam konteks ini menuntut perhatian pada multimodalitas (visual, audio, teks), interaksi publik, struktur algoritmik, serta dinamika kekuasaan yang lebih luas. Kerangka ini memungkinkan pengkajian kritis mengenai bagaimana konten media sosial tidak hanya mencerminkan identitas, tetapi juga turut membentuknya, sehingga relevan bagi studi identitas sosial, performativitas, dan budaya digital.

1.5.3 Maskulinitas Hegemonik

Maskulinitas hegemonik (*hegemonic masculinity*), sebagaimana dipaparkan Connell (2005), merupakan bentuk maskulinitas yang memperoleh posisi dominan dalam *gender order* dan dilegitimasi sebagai standar menjadi laki-laki yang “paling benar”, ideal, dan diinginkan. Konsep ini berakar pada teori hegemoni Gramsci (1971), yang menekankan bahwa dominasi sosial tidak bertahan melalui paksaan semata, tetapi melalui persetujuan kultural dan internalisasi nilai-nilai dominan sehingga tampak wajar dan alami (*taken for granted*). Dalam hal gender, *hegemonic masculinity* menempatkan atribut seperti kekuatan, kontrol emosional, rasionalitas, kemandirian, agresivitas, serta heteroseksualitas dominan sebagai norma yang harus diacu dalam penilaian atas identitas laki-laki (Connell, 2005).

Connell (2005) menegaskan bahwa maskulinitas adalah konfigurasi praktik (*a configuration of practice*) yang dibentuk melalui relasi gender, institusi sosial, dan dinamika kekuasaan. Dengan demikian, *hegemonic masculinity* tidak merujuk pada satu tipe laki-laki tertentu, melainkan pada seperangkat praktik yang diberi status tertinggi dalam struktur sosial. Praktik hegemonik ini berfungsi mempertahankan dominasi laki-laki atas perempuan, sekaligus menciptakan hirarki internal di antara laki-laki. Dominasi tersebut terwujud bukan hanya melalui tindakan langsung, tetapi melalui normalisasi nilai-nilai tertentu sehingga laki-laki lainnya, dan masyarakat secara keseluruhan, menganggapnya sebagai model kelaki-lakian yang sah.

Di dalam hirarki maskulinitas, *hegemonic masculinity* berada pada titik puncak. Di bawahnya terdapat *complicit masculinity*, yaitu laki-laki yang tidak sepenuhnya mengadopsi praktik hegemonik, tetapi tetap memperoleh keuntungan dari sistem patriarki melalui apa yang Connell sebut sebagai *patriarchal dividend*. Lebih jauh, *marginalized masculinity* menggambarkan kelompok laki-laki yang terhalang oleh faktor struktural seperti ras, kelas, etnisitas, atau disabilitas. Mereka mungkin meniru atribut hegemonik, tetapi tidak mendapat legitimasi sosial yang sama karena hirarki sosial yang bersinggungan dengan identitas mereka. Pada lapisan paling bawah terdapat *subordinated masculinity*, termasuk laki-laki yang mengekspresikan kelembutan, kerentanan emosional, atau homoseksualitas, kelompok yang dalam struktur hegemonik sering mengalami distigmatisasi, pengucilan, atau bahkan penertiban sosial. Hirarki ini menunjukkan bahwa maskulinitas selalu dihasilkan melalui relasi kekuasaan antar-laki-laki dan terhadap perempuan (Connell, 2005).

Maskulinitas hegemonik tidak terbentuk secara spontan, tetapi diproduksi dan direproduksi melalui institusi sosial. Keluarga merupakan arena pertama di mana norma-norma hegemonik ditanamkan melalui disiplin emosional dan pembiasaan peran gender, misalnya pernyataan seperti "*boys don't cry*" atau "*men must be strong*" (Kimmel, 2008 dalam Nonomura, 2014).

Sekolah kemudian memperkuat struktur ini dengan mengedepankan nilai kompetisi, kemandirian, serta pembagian peran gender yang membatasi ekspresi kerentanan anak laki-laki. Media populer turut memperluas hegemoni ini melalui representasi laki-laki tangguh, agresif, rasional, dan dominan dalam film, televisi,

permainan video, dan iklan. Selain itu, institusi agama dan negara memperkuat maskulinitas hegemonik melalui tradisi, doktrin moral, struktur hukum, dan kebijakan publik yang memposisikan laki-laki sebagai pemimpin utama dalam keluarga dan masyarakat (Connell & Messerschmidt, 2005). Melalui mekanisme ini, *hegemonic masculinity* hadir sebagai sistem praktik yang tersebar di seluruh tatanan sosial dan diulang terus-menerus dalam kehidupan sehari-hari.

Dampaknya sangat luas, baik secara personal maupun struktural. Bagi laki-laki, tuntutan untuk menahan emosi, menampilkan ketangguhan, dan menunjukkan kompetensi tanpa kelemahan mendorong lahirnya budaya keheningan emosional (*emotional suppression*), yang dapat berujung pada stres, depresi, perilaku berisiko, serta enggan mencari bantuan profesional (Mahalik dkk., 2007). Secara sosial, tekanan untuk mencapai standar maskulinitas hegemonik menghasilkan kompetisi yang intens di antara laki-laki dan membatasi bentuk-bentuk maskulinitas alternatif. Bagi perempuan, *hegemonic masculinity* mempertahankan dominasi laki-laki dalam ranah kerja, politik, ekonomi, dan ruang publik, sehingga memperkuat ketidaksetaraan gender dan membatasi peluang perempuan untuk berpartisipasi sebagai subjek yang setara.

Secara keseluruhan, maskulinitas hegemonik dalam pemikiran Connell (2005) merupakan sistem kekuasaan yang melampaui individu, ia adalah perangkat ideologis dan institusional yang mengatur bagaimana laki-laki berperilaku, bagaimana perempuan diposisikan, dan bagaimana masyarakat memahami hubungan gender. Ia bekerja secara halus namun mendalam melalui normalisasi, representasi, dan praktik sehari-hari, sehingga reproduksi

ketidaksetaraan gender berlangsung baik pada level personal maupun struktural. Dengan demikian, memahami *hegemonic masculinity* berarti memahami bagaimana relasi gender, praktik sosial, dan tatanan kekuasaan saling membentuk dan mempertahankan dominasi, termasuk dalam masyarakat modern.

1.5.4 Penolakan Terhadap Maskulinitas Hegemonik

Meskipun maskulinitas hegemonik mendominasi tatanan struktural, namun Connell (2005) menegaskan bahwa tatanan gender tidak bersifat statis, melainkan selalu dinegosiasikan melalui hubungan kuasa yang berubah mengikuti konteks sosial, kultural, dan historis. Karena itu, maskulinitas hegemonik yang menekankan dominasi, ketangguhan, rasionalitas, dan penyangkalan emosi, selalu berpotensi ditantang melalui praktik-praktik *counter-hegemonic masculinity*. Penolakan ini dapat muncul dalam bentuk tindakan, representasi, maupun relasi sosial yang tidak mengikuti standar maskulinitas dominan dan secara aktif membuka ruang bagi konfigurasi gender yang lebih egaliter.

Fenomena penolakan terhadap maskulinitas hegemonik memiliki sejarah panjang dalam dinamika gerakan laki-laki modern. Pada 1970-an, *Men's Liberation Movement* (MLM) hadir sebagai respons kritis terhadap tekanan psikologis dan sosial dari norma maskulinitas hegemonik. Gerakan ini berupaya mengungkap apa yang disebut sebagai “biaya maskulinitas”, yakni kerugian yang dialami laki-laki akibat kepatuhan pada peran gender patriarkal, serta mempromosikan bentuk maskulinitas yang lebih terbuka dan reflektif (Messner, 1998).

Namun, perkembangan MLM menunjukkan ambivalensi internal, di satu sisi mengakui *male privilege*, tetapi di sisi lain menonjolkan penderitaan laki-laki dalam struktur patriarki. Ambivalensi tersebut kemudian memicu perpecahan antara arus pro-feminis, yang mendukung transformasi struktural patriarki, dan *Men's Rights Movement* (MRM) yang justru bersifat restoratif serta mempertahankan bentuk maskulinitas hegemonik (Messner, 2016; Maddison 1999).

Dalam ranah nasional, dinamika serupa tampak dalam munculnya gerakan laki-laki pro-feminis di Indonesia, seperti Aliansi Laki-laki Baru (ALB). Gerakan ini berupaya memutus kontinuitas maskulinitas hegemonik dan mendorong keterlibatan laki-laki dalam keadilan gender melalui kampanye digital, aksi publik, serta representasi naratif yang menekankan pembagian kerja rumah tangga, komunikasi emosional, dan penolakan terhadap kekerasan berbasis gender (Reftantia dkk., 2023; Abrianthy & Syaiki, 2021; Simaibang & Bajari, 2019; Kumalasari dkk., 2025).

Penolakan terhadap maskulinitas hegemonik juga berkembang dalam ranah simbolik. Representasi budaya populer seperti film, musik, dan media sosial menghadirkan figur laki-laki yang menampilkan emosi, kerentanan, dan estetika non-maskulinitas, sehingga menggugat batas-batas maskulinitas hegemonik (Febrindasari dkk., 2025; Gumelar dkk., 2023; Barozzi dkk., 2022).

Misalnya, film *Call Me by Your Name* merepresentasikan figur laki-laki yang lembut, sensitif, dan ekspresif secara emosional, termasuk melalui relasi homoseksual, sehingga menghadirkan bentuk maskulinitas yang tidak selaras

dengan stereotipe heteronormatif dominan (Barozzi dkk., 2022). Dalam media sosial, laki-laki mulai mengekspresikan kesedihan, kerentanan, dan refleksi diri seperti pada tren “Laki-laki tidak Bercerita”, meskipun masih dalam bayang-bayang maskulinitas hegemonik (Fitriyani, dkk., 2025).

Selain itu, penolakan juga tampak dalam dimensi kesehatan dan emosional. Kampanye global seperti #MenEnough menunjukkan bagaimana maskulinitas mulai didefinisikan ulang secara lebih empatik dan reflektif. Dalam kampanye ini, laki-laki didorong untuk mengekspresikan emosi, mencari pertolongan, dan menolak norma usang yang menuntut ketangguhan serta kontrol diri secara rigid (Equimundo, 2024). Upaya ini menunjukkan bahwa keterbukaan emosional kini menjadi bagian dari penolakan terhadap maskulinitas hegemonik.

Perkembangan tersebut selaras dengan kerangka teoritis tentang maskulinitas alternatif. Connell (2005) melalui konsep *multiple masculinities* menegaskan bahwa maskulinitas tidak tunggal, dan *alternative masculinity* mencakup konfigurasi yang tidak berakar pada dominasi patriarki. Sementara itu, Bridges dan Pascoe (2014) menawarkan gagasan *hybrid masculinity*, yaitu adopsi selektif elemen feminin atau *subordinated masculinities* untuk merundingkan ulang posisi gender. Lebih lanjut, Anderson dan McCormack (2016) memperkenalkan *inclusive masculinity*, yang menekankan menurunnya homofobia memungkinkan laki-laki mengekspresikan empati, keintiman emosional, dan kelembutan. Selain itu, Elliott (2016) memperluasnya melalui *caring masculinity*, yakni maskulinitas berbasis emosional, kepedulian dan relasionalitas.

Secara keseluruhan, praktik-praktik tersebut mencerminkan *counter-hegemonic masculinity* atau penolakan terhadap maskulinitas hegemonik sebagaimana dipahami dalam kerangka Connell (2005), di mana bukan perlawanan frontal, tetapi tindakan sehari-hari, pilihan representasional, dan perubahan relasional yang melemahkan dominasi patriarki serta membuka ruang bagi pluralitas gender. Pergeseran ini menandai transformasi penting dari maskulinitas berbasis dominasi menuju maskulinitas alternatif yang lebih egaliter, empatik, dan manusiawi.

1.5.5 Tinjauan Sosiologis

Dalam perspektif sosiologi, gender tidak dipahami sebagai atribut biologis yang melekat secara alamiah pada tubuh, melainkan sebagai hasil dari konstruksi sosial, norma budaya, dan struktur kekuasaan yang bekerja dalam kehidupan sehari-hari. Gender dibentuk, dipelajari, dan dipertahankan melalui interaksi sosial, praktik simbolik, serta institusi-institusi yang mengatur bagaimana individu seharusnya bertindak, merasa, ditempatkan, menempatkan dan memaknai dirinya. Dengan demikian, gender beroperasi sebagai kategori sosial yang menentukan batas-batas keterterimaan, pengakuan, dan legitimasi subjek dalam tatanan sosial.

Pemahaman ini pertama kali dirumuskan secara sistematis melalui konsep *doing gender* yang diperkenalkan oleh West & Zimmerman (1987). Dalam pandangan mereka, gender bukanlah sesuatu yang dimiliki individu, melainkan sesuatu yang dilakukan secara terus-menerus dalam interaksi sosial. *Doing gender* merujuk pada aktivitas rutin yang membuat individu bertindak sesuai dengan ekspektasi normatif masyarakat mengenai maskulinitas dan femininitas. Melalui

cara berbicara, berpakaian, membagi peran, mengekspresikan emosi, dan menampilkan tubuh, individu “melakukan” gender agar identitasnya tetap dapat dibaca dan diterima secara sosial.

Dalam pemikiran ini, seseorang dikatakan melakukan *doing gender* ketika tindakannya memperkuat perbedaan gender konvensional dan menjaga stabilitas kategori laki-laki dan perempuan. Praktik ini sering kali berlangsung tanpa disadari dan justru terasa alamiah, sehingga memperkuat anggapan bahwa gender bersumber dari kodrat biologis, padahal sesungguhnya merupakan hasil kerja sosial yang berulang.

Kerangka sosiologis tersebut kemudian menemukan elaborasi teoretis yang lebih radikal dalam pemikiran Judith Butler, khususnya melalui konsep performativitas yang dikembangkan dalam *Undoing Gender* (2004). Butler menegaskan bahwa gender tidak memiliki inti esensial di dalam diri subjek. Gender hadir sebagai efek dari pengulangan tindakan, ekspresi, dan ritual tubuh yang terus-menerus, hingga menghasilkan kesan stabil seolah-olah ia merupakan identitas yang natural. Norma gender tidak hanya bekerja melalui hukum atau institusi formal, tetapi beroperasi secara subtil dalam praktik sosial sehari-hari yang menentukan batas-batas *intelligibility*, yakni syarat siapa yang dapat dikenali sebagai subjek gender yang sah.

Namun, Butler juga menunjukkan bahwa karena gender bergantung pada pengulangan sosial, ia tidak pernah sepenuhnya stabil. Ketergantungan gender pada pengulangan justru membuatnya rentan, sehingga membuka kemungkinan bagi apa yang oleh Butler disebut sebagai *undoing gender*. *Undoing gender* tidak

berarti menghapus gender, melainkan mengganggu cara norma gender direproduksi dan dipertahankan. Ia terjadi ketika praktik gender tidak lagi sepenuhnya menegaskan norma, tetapi justru memperlihatkan ketidaksesuaian, ambiguitas, atau kegagalan norma dalam mengatur tubuh dan identitas.

Posisi ini sekaligus menjadi kritik Butler (2004) terhadap psikoanalisis Lacanian maupun strukturalisme Lévi-Strauss yang memposisikan perbedaan seksual sebagai hukum simbolik universal. Bagi Butler, simbolik bukan dasar yang ahistoris, melainkan sedimentasi dari praktik sosial yang selalu dapat berubah. Stabilitas norma gender yang tampak universal sesungguhnya bergantung pada pengulangan sosial yang rapuh dan selalu terbuka pada gangguan, terutama melalui praktik non-normatif, identitas trans, atau ekspresi tubuh yang tidak tunduk pada biner heteroseksual. Dalam hal ini, tubuh menjadi arena politik di mana subjek menegosiasikan posisinya melalui tiga kemungkinan relasi dengan norma, yakni *conforming* (mematuhi), *exceeding* (melampaui), dan *resisting* (menolak). Ketiganya menunjukkan bagaimana performativitas membuka ruang bagi resistensi atau subversi, tanpa mengandaikan agensi individual yang sepenuhnya otonom dari norma (Butler, 2004).

Dimensi *undoing gender* semakin menajam dalam pembahasan Butler (2004) mengenai pengakuan pada bagian "*Longing for Recognition.*" Dengan merujuk pada Jessica Benjamin dan Hegel, Butler menekankan bahwa pengakuan tidak pernah berlangsung secara harmonis, melainkan selalu melibatkan kerentanan, risiko kehilangan diri (*self-loss*), dan keterlemparan subjek ke dalam relasi dengan yang lain. Dalam hal ini, *undoing gender* tidak semata-mata terjadi

melalui tindakan yang menyimpang dari norma, tetapi juga melalui pengalaman tidak diakui yang mengungkap keterbatasan norma gender itu sendiri. Identitas gender dan seksual menjadi cair dan kontradiktif karena terus dinegosiasikan dalam relasi intersubjektif yang tidak stabil. Ketika norma gagal menyediakan pengakuan, ia tidak hanya melukai subjek, tetapi juga mengancam keberlangsungan hidup (*live*) subjek tersebut dalam ruang sosial.

Pada bagian "*The Question of Social Transformation*," Butler (2004) secara eksplisit mengaitkan *undoing gender* dengan proyek feminisme sebagai upaya transformasi sosial yang berorientasi pada *life* dan *livability*. Pertanyaan tentang siapa yang dianggap hidup dan siapa yang layak mendapatkan pengakuan menyingkap bagaimana norma gender berfungsi sebagai mekanisme seleksi sosial. Norma menentukan bukan hanya identitas yang dapat dikenali, tetapi juga kondisi di mana suatu kehidupan dapat dijalani secara layak. Dalam pengertian ini, *undoing gender* merupakan praktik etis dan politis yang berupaya mengganggu norma-norma yang membuat sebagian kehidupan tidak dapat dihidupi. Dengan menantang batas-batas biner maskulinitas-feminin, *undoing gender* membuka kemungkinan bagi kehidupan yang sebelumnya dipinggirkan untuk menjadi *livable*.

Menggemakan *Gender Trouble*, Butler kembali menegaskan bahwa kategori gender dan perbedaan seksual yang dianggap natural sejatinya merupakan efek dari performativitas. Gender ada sejauh ia terus dilakukan, dan justru karena itu ia selalu terbuka untuk diurai. Ketergantungan gender pada pengulangan membuat norma tidak pernah sepenuhnya tertutup, melainkan rentan

terhadap pengulangan yang berbeda, keliru, atau tidak patuh. Berdasarkan argumen tersebut, dapat dipahami bahwa *undoing gender* bukanlah penghapusan gender, melainkan proses reflektif yang menyingkap bagaimana norma membentuk subjek sekaligus membatasi kemungkinan hidupnya. Dengan demikian, *Undoing Gender* merupakan upaya Butler untuk memperluas medan kehidupan yang layak dijalani (*livable life*), melalui gangguan, negosiasi, dan transformasi norma gender itu sendiri (Butler, 2004).

1.5.6 Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan kajian terhadap studi-studi sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang dibahas. Tujuannya adalah untuk menemukan temuan-temuan yang serupa atau berkaitan, serta untuk mengidentifikasi aspek-aspek pembeda. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini di antaranya Puspita dan Nurhayati (2018), Saputro dan Yuwarti (2016), Moris dan Anderson (2015), Harizki (2023), Hidayah dan Gumelar (2024):

Puspita dan Nurhayati (2018) menggunakan pendekatan semiotika John Fiske untuk menganalisis iklan televisi *Kisah Ramadhan Line Versi Adzan Ayah*. Analisis dibagi menjadi tiga level, yakni realitas, representasi, dan ideologi. Pada level realitas, mereka mengamati elemen-elemen visual dan audio dalam iklan, seperti penampilan, kostum, ekspresi, gesture, dialog, dan suara. Pada level representasi, penelitian menyoroti bagaimana elemen-elemen tersebut disusun melalui teknik kamera, narasi, dan setting untuk membentuk makna tertentu tentang peran gender. Pada level ideologi, temuan menunjukkan bahwa iklan

menampilkan peran laki-laki yang lebih aktif di ranah publik dan cenderung rasional, sementara perempuan lebih banyak ditampilkan dalam konteks domestik dan ekspresi kerentanan . Pendekatan ini menekankan cara media membangun konstruksi sosial mengenai peran gender melalui elemen visual dan naratif, tanpa sekadar memberi label atau menilai karakteristik gender secara normatif.

Berikutnya, Saputro & Yuwarti (2016) dengan judul *Representasi Maskulinitas Laki-laki di Media Online* meneliti representasi maskulinitas di situs MensHealth.co.id. Penelitian ini menemukan bahwa maskulinitas dikonstruksi melalui penekanan pada fisik yang rapi, gaya hidup sehat, dan figur publik laki-laki yang dijadikan contoh. Meskipun media memperkenalkan wacana maskulinitas baru seperti uberseksual atau gaya K-POP, sebagian besar pembaca tetap menafsirkannya dalam kerangka maskulinitas metroseksual. Temuan ini menekankan interaksi antara produksi media dan pemaknaan audiens dalam membentuk representasi maskulinitas.

Berikutnya, Morris & Anderson (2015) dengan judul "*Charlie is so cool like": Authenticity, Popularity and Inclusive Masculinity on YouTube*", mengeksplorasi vlogger YouTube, seperti Charlie McDonnell dan Dan Howell, untuk memahami bagaimana vlogger membangun maskulinitas inklusif yang lebih lembut dan fleksibel. Penelitian ini menunjukkan bahwa laki-laki di ruang digital dapat mengekspresikan sisi emosional dan empatik, sambil menghindari homofobia, misogini, dan agresi hegemonik. Konsep *Inclusive Masculinity* (Anderson, 2009) digunakan untuk menjelaskan bagaimana identitas laki-laki

dinegosiasikan dalam ranah digital, memperlihatkan fleksibilitas norma maskulinitas sesuai platform dan budaya.

Selanjutnya, penelitian Harizki (2023) yang berjudul *Representasi Maskulinitas pada Cuplikan Video TikTok Zaafer Indonesia*, menunjukkan bahwa citra maskulinitas dibangun melalui pemilihan talent, kostum, gesture, setting, dan simbol visual. Laki-laki digambarkan dengan karakteristik metroseksual, dominasi simbolik, dan norma maskulinitas hegemonik, menekankan kekuatan, keberanian, dan kontrol emosional. Penelitian ini menyoroti TikTok sebagai ruang visual untuk konstruksi identitas maskulinitas, sekaligus menunjukkan bagaimana media sosial membentuk representasi maskulinitas baru.

Terakhir, Hidayah & Gumelar (2024) dengan judul *Self-Disclosure dan Kebebasan Berekspresi Laki-Laki Feminin di Media Sosial dalam Stereotipe Gender* meneliti *self-disclosure* laki-laki feminin di media sosial. Mereka menemukan bahwa media sosial menjadi ruang bagi laki-laki feminin untuk mengekspresikan identitas diri secara bebas, membangun pengaruh sosial, dan menavigasi stigma, sekaligus menunjukkan praktik negosiasi identitas yang kompleks di tengah stereotipe gender.

Berdasarkan telaah terhadap penelitian-penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai representasi maskulinitas di media telah berkembang cukup luas, baik dalam konteks media arus utama maupun media digital. Sejumlah studi menyoroti bagaimana media mereproduksi peran gender normatif melalui representasi visual dan naratif (Puspita & Nurhayati, 2018), membangun citra maskulinitas ideal berbasis fisik dan gaya hidup (Saputro &

Yuwarti, 2016), hingga memperkenalkan bentuk maskulinitas yang lebih inklusif dan fleksibel di ruang digital (Morris & Anderson, 2015). Penelitian lain juga menunjukkan peran media sosial, termasuk TikTok, sebagai ruang konstruksi identitas maskulinitas baru yang tetap kuat dalam kerangka hegemonik maupun metroseksual (Harizki, 2023), serta sebagai medium ekspresi identitas laki-laki feminin yang dinegosiasikan di tengah stereotipe gender (Hidayah & Gumelar, 2024).

Namun demikian, masih terdapat celah penting dalam kajian-kajian tersebut. Sebagian besar penelitian berfokus pada bentuk representasi maskulinitas, baik normatif, inklusif, maupun non-normatif, tanpa secara eksplisit membaca praktik tersebut sebagai proses *undoing gender*. ekspresi kerentanan dan kerentanan laki-laki umumnya dipahami sebagai variasi gaya maskulinitas, bukan sebagai tindakan yang secara aktif mengganggu dan mengurai norma maskulinitas hegemonik. Selain itu, TikTok belum banyak dikaji sebagai arena simbolik dan visual di mana laki-laki secara sadar menampilkan kerentanan sebagai bentuk negosiasi terhadap norma gender yang dominan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menempatkan ekspresi kerentanan laki-laki di TikTok sebagai praktik sosial *undoing gender*, yang tidak hanya merepresentasikan identitas, tetapi juga menantang batas-batas normatif maskulinitas dalam konteks budaya digital.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivis (*naturalistic inquiry*) dan kritis (*critical theory*), yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna melalui interaksi simbolik, sekaligus dipengaruhi oleh relasi kuasa dan struktur ideologis yang melingkupinya (Guba & Lincoln, 1994). Paradigma konstruktivis memungkinkan penelitian memahami bagaimana makna dan identitas dibangun melalui interaksi manusia dalam konteks budaya tertentu, sedangkan paradigma kritis menekankan pembacaan terhadap kekuasaan, ideologi, dan norma dominan seperti patriarki dan maskulinitas hegemonik yang bekerja dalam praktik representasi media. Kombinasi keduanya membuat penelitian tidak hanya menafsirkan makna sosial, tetapi juga mengkritisi struktur sosial yang memengaruhi pembentukan makna tersebut.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, karena penelitian ini berfokus pada pemaknaan mendalam terhadap proses representasi sosial dalam konten media. Pendekatan kualitatif memberikan ruang bagi peneliti untuk memahami fenomena secara kontekstual, reflektif, dan holistik, serta menafsirkan makna di balik teks dan praktik sosial yang ditampilkan.

Tipe penelitian yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan semiotika, yang berfokus pada penafsiran makna, tema, dan representasi dalam media (Zhang & Wildemuth, 2009: 308–319; Fiske, 1987). Analisis ini memandang teks media sebagai ruang produksi dan pertarungan makna, di mana

tanda-tanda visual, naratif, dan audio membentuk representasi sosial dan merefleksikan negosiasi ideologi.

1.6.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah video-video dari akun TikTok @ruangmu_bercerita yang menampilkan ekspresi kerentanan laki-laki dan merepresentasikan penolakan terhadap maskulinitas hegemonik. Pemilihan objek penelitian dilakukan dalam kerangka penelitian kualitatif interpretatif-kritis, dengan memandang media sosial sebagai ruang representasi diri sekaligus arena praktik sosial tempat makna gender diproduksi, dinegosiasikan, dan disirkulasikan. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok digunakan oleh individu untuk mengekspresikan ide, emosi, dan nilai-nilai sosial secara publik. Namun, TikTok dipilih sebagai medium penelitian karena format videonya yang singkat, naratif, dan interaktif memungkinkan pembacaan representasi dan performatifitas gender secara visual dan afektif, serta menjangkau audiens yang luas. Karakteristik ini menjadikan TikTok relevan untuk menganalisis bagaimana ekspresi kerentanan laki-laki diproduksi dan dimaknai dalam praktik sosial digital (Ansar, 2024; Buffer, 2025).

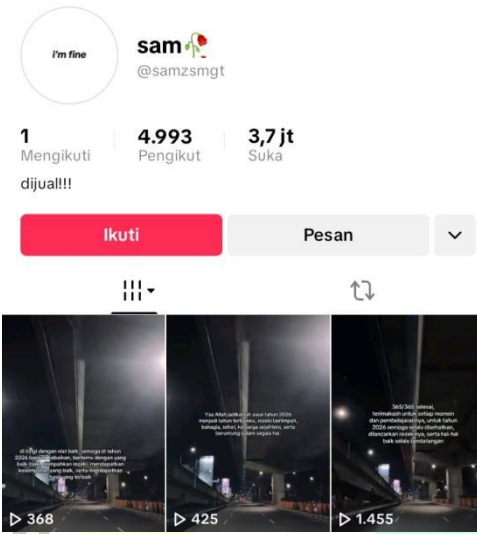
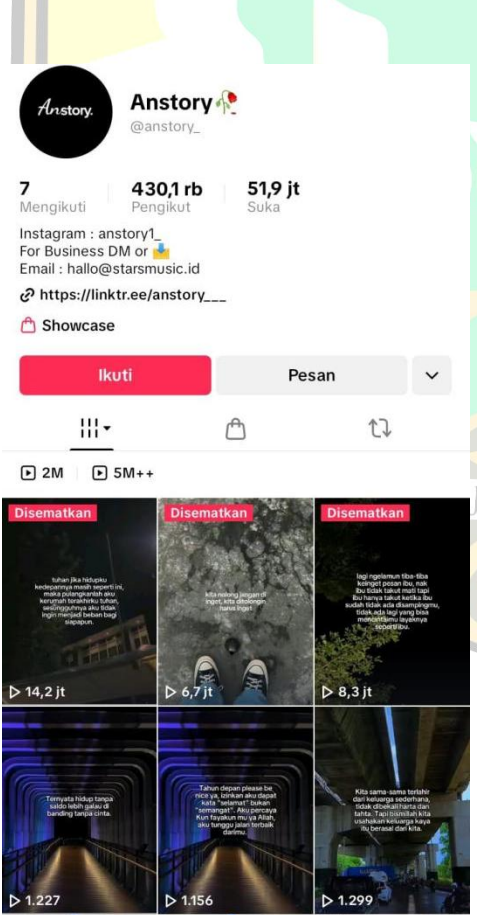
Selanjutnya, dilakukan identifikasi akun-akun TikTok menggunakan *purposive sampling* berbasis teoritik, dengan kriteria yang disusun untuk menangkap praktik representasi dan performativitas ekspresi kerentanan laki-laki. Kriteria tersebut meliputi: (1) akun yang mengunggah konten terkait ekspresi kerentanan atau kerentanan laki-laki, (2) konsistensi unggahan untuk memungkinkan pengamatan pola praktik sosial, serta (3) pengaruh sosial yang

terlihat dari jumlah tayangan, interaksi (like, komentar, dibagikan), dan jumlah pengikut. Proses penelusuran akun dilakukan melalui kata kunci seperti *toxic masculinity*, *laki-laki tidak bercerita*, *silence masculine*, *cerita laki-laki*, *kesehatan mental laki-laki*, *men don't cry*, serta tagar lain yang berkaitan dengan pengalaman dan konstruksi maskulinitas.

Berdasarkan proses seleksi awal, ditemukan lima akun TikTok yang memproduksi konten reflektif terkait kehidupan, percintaan, dan pengalaman menjadi laki-laki, sebagaimana disajikan dalam Tabel 1.1. berikut.

Tabel 1.1
Karakteristik Akun TikTok pada Tahap Seleksi Objek Penelitian

No.	Deskripsi Akun	Keterangan
1.	 <p>Nama akun: @tentngku_ Pengikut : 19,9 Ribu Postingan : 1.114 Like : 2,6 Juta Tahun awal aktif : 2023</p>	<p>Konsisten mengupload konten kata-kata tentang percintaan, harga diri, pertemanan, dan kehidupan, namun tidak secara eksplisit memperlihatkan ekspresi kerentanan laki-laki, visual random berupa pemandangan bukan subjek laki-laki secara langsung, dan engagement tidak stabil.</p>
2.		<p>Konsisten mengupload konten berupa kata-kata seputar percintaan, harga diri, masalah keluarga, dan masa depan, namun secara visual, konten ini sering menggunakan latar video yang sama berupa pemandangan</p>

 <p>1 Mengikuti dijual!!!</p> <p>4.993 Pengikut</p> <p>3,7 jt Suka</p> <p>Ikuti Pesan</p> <p>368 425 1.455</p> <p>Nama akun: @samszsmgt Pengikut : 4.995 Postingan : 498 Like : 3,7 Juta Tahun awal aktif : 2024</p>	<p>acak, tanpa menampilkan subjek laki-laki secara langsung, serta engagement relatif rendah.</p>
<p>3.</p>  <p>7 Mengikuti</p> <p>430,1 rb Pengikut</p> <p>51,9 jt Suka</p> <p>Instagram : anstory1_ For Business DM or Email : halo@starsmusic.id</p> <p>Ikuti Pesan</p> <p>2M 5M++</p> <p>Disematkan Disematkan Disematkan</p> <p>14,2 jt 6,7 jt 8,3 jt</p> <p>1.227 1.156 1.299</p> <p>Nama akun: @anstory</p>	<p>Akun ini konsisten mengupload konten tentang perasaan menjadi laki-laki, didominasi masalah percintaan, dan refleksi kehidupan. Namun, secara visual akun ini tidak menampilkan subjek laki-laki secara langsung dalam mengeskpresikan perasaannya, melainkan menggunakan latar video acak berupa pemandangan, atau beberapa aktivitas pribadi sehari-hari.</p>

	<p>Pengikut : 430,1 Ribu Postingan : 4,3 Ribu Like : 51,9 Juta Tahun awal aktif : 2023</p>
<p>4.</p>  <p>Nama akun: @kopi_goodday_ Pengikut : 200,6 Ribu Postingan: 594 Like: 15 Juta Tahun awal aktif : 2022</p>	<p>Akun ini konsisten memposting konten berupa kata-kata tentang menjadi laki-laki, perjalanan hidup, pekerjaan, harga diri hingga percintaan, namun secara visual akun ini menggunakan latar video acak dari berbagai sumber untuk mendukung narasi di dalam konten, tidak secara langsung menampilkan subjek laki-laki dalam mengeskpresikan perasaannya. Secara engagement, akun ini cukup menjangkau banyak audiens.</p>
<p>5.</p> 	<p>Akun ini konsisten mengupload konten tentang refleksi diri, kehidupan, hingga percintaan dalam bentuk monolog serta dialog langsung baik dengan laki-laki maupun perempuan. Selain itu, secara visual, konten ini konsisten menggunakan latar visual seperti tempat dan waktu yang mendukung latar dialog. Ditambah lagi beberapa konten dalam akun ini secara langsung mendukung laki-laki untuk mengekspresikan perasaannya, serta secara eksplisit menantang norma gender</p>

<p>Nama akun : @ruangmu_bercerita Pengikut : 651,6 Ribu Postingan : 713 Like : 51,6 Juta Tahun awal aktif : 2022</p>	<p>konvensional dengan menampilkan subjek laki-laki yang mengekspresikan kerentanan emosionalnya. Jangkauan dari konten-konten tersebut cukup luas terlihat dari rata-rata engagement konten yang diupload.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Tangkapan layar peneliti pada akun-akun TikTok 2025

Dari lima akun tersebut, penelitian ini menetapkan @ruangmu_bercerita sebagai akun yang dipilih untuk dianalisis lebih lanjut. Pemilihan akun ini didasarkan pada kesesuaian data dengan fokus penelitian, serta kemampuannya menghadirkan kasus yang kaya secara makna (*information-rich case*) untuk membaca praktik *undoing gender* dan negosiasi maskulinitas hegemonik dalam ruang digital.

Akun @ruangmu_bercerita secara konsisten menampilkan subjek laki-laki yang mengekspresikan emosi dan kerentanan diri secara langsung melalui monolog maupun dialog bersama perempuan. Ekspresi tersebut dipahami bukan sekadar sebagai curahan perasaan personal, melainkan sebagai praktik sosial dan tindakan performatif yang menegosiasikan norma maskulinitas konvensional. Selain hadir pada level narasi verbal, ekspresi kerentanan tersebut diperkuat oleh unsur visual seperti tatapan, gestur tubuh, intonasi suara, serta pengaturan ruang dan waktu yang membentuk suasana dialogis. Unsur-unsur ini memungkinkan pembacaan performativitas gender sebagaimana dipahami dalam perspektif *doing* dan *undoing gender*.

Sebaliknya, akun @tentngku_ dan @samszsmgt tidak dipilih sebagai objek utama karena meskipun secara konsisten mengunggah konten reflektif

dalam bentuk teks, keduanya tidak menampilkan subjek laki-laki secara langsung dalam mengekspresikan emosi atau kerentanan. Penggunaan latar visual berupa pemandangan acak dan minimnya kehadiran tubuh subjek membatasi kemungkinan analisis pada level performativitas gender dan ekspresi afektif, yang menjadi fokus utama penelitian ini.

Akun @anstory dan @kopi_gooday juga menghadirkan narasi yang berkaitan dengan pengalaman menjadi laki-laki dan refleksi kehidupan. Namun, kedua akun tersebut cenderung mengandalkan narasi tekstual dengan latar visual tidak personal, seperti pemandangan atau potongan video dari berbagai sumber. Dalam konteks ini, ekspresi kerentanan laki-laki lebih hadir sebagai wacana verbal daripada praktik tubuh subjek laki-laki itu sendiri, sehingga membatasi analisis mendalam terhadap kerentanan sebagai tindakan performatif.

Dengan demikian, pemilihan @ruangmu_bercerita didasarkan pada kemampuannya menghadirkan data yang paling kaya secara visual, naratif, dan relasional untuk membaca bagaimana ekspresi kerentanan laki-laki diproduksi, dinegosiasikan, dan diterima dalam ruang digital TikTok. Fokus pada satu akun ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap dinamika undoing gender serta pergeseran makna maskulinitas dalam praktik sehari-hari, tanpa kehilangan konteks sosial dan respons audiens yang menyertainya.

Setelah akun ditentukan, pemilihan video dilakukan menggunakan purposive sampling secara bertahap. Tahap awal mencakup seluruh video asli yang diunggah oleh akun @ruangmu_bercerita sejak tahun 2022 hingga pertengahan 2025. Dari populasi awal tersebut, seleksi difokuskan pada video

yang diunggah antara awal 2024 hingga pertengahan 2025, karena pada periode ini ekspresi kerentanan laki-laki muncul secara lebih konsisten dan beragam.

Selanjutnya, video disaring berdasarkan substansi tema, yaitu konten yang secara eksplisit menampilkan ekspresi kerentanan atau kerentanan laki-laki, seperti kesedihan, kehilangan, kelelahan emosional, perasaan tidak berharga, refleksi diri, serta pergulatan terhadap identitas maskulinitas. Tahap berikutnya adalah penyaringan performativitas dan posisi subjek, dengan memilih video yang menempatkan laki-laki sebagai subjek emosional aktif melalui dialog, respons verbal, maupun kehadiran afektif, bukan sekadar figuran visual.

Video yang lolos kemudian diseleksi berdasarkan tingkat keterjangkauan dan interaksi, dengan menetapkan batas minimal satu juta tayangan serta keterlibatan audiens yang tinggi, yang tercermin dari jumlah suka, komentar, penyimpanan, dan pembagian. Kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa konten yang dianalisis memiliki visibilitas luas dan resonansi sosial yang signifikan. Tahap akhir dilakukan dengan memastikan keaslian konten, yaitu video merupakan unggahan asli dari akun resmi @ruangmu_bercerita, bukan hasil reunggah atau duplikasi. Tahapan dan kriteria pemilihan video dari akun @ruangmu_bercerita ditampilkan pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2
Tahapan dan Kriteria Seleksi Video Penelitian

No.	Tahap Seleksi	Kriteria Seleksi	Deskripsi Singkat	Jumlah Video
1.	Identifikasi awal	Seluruh video asli akun @ruangmu_bercerita	Seluruh konten yang diunggah oleh akun resmi,	713 Video

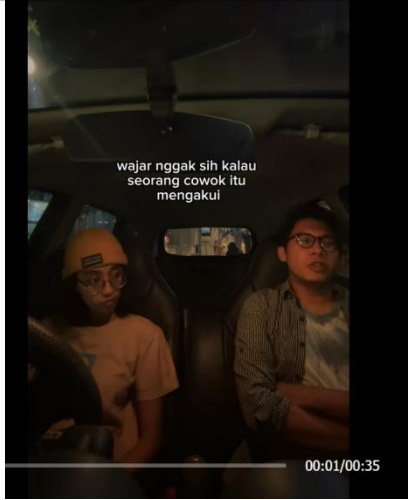
		(2022–pertengahan 2025)	tanpa pembatasan tema	
2.	Penyaringan periode	Periode unggah awal 2024–pertengahan 2025	Dipilih karena pada periode ini ekspresi kerentanan laki-laki muncul secara konsisten	40 Video
3.	Penyaringan tema	ekspresi kerentanan /kerentanan laki-laki	Menampilkan kesedihan, kehilangan, luka emosional, refleksi diri, ketidakberhargaan, dan pergulatan maskulinitas	19 Video
4.	Penyaringan performativitas gender	Laki-laki sebagai subjek emosional	Laki-laki tampil berbicara, merespons, atau hadir secara afektif, bukan sekadar figuran	13 Video
5.	Penyaringan popularitas	Minimal 1 juta tayangan dan interaksi tinggi	Memiliki jumlah tayangan, like, komentar, simpan, dan bagikan yang signifikan	9 Video
6.	Seleksi akhir (<i>purposive sampling</i>)	Memenuhi semua kriteria	Memilih video-video yang mewakilkan	5 Video


			masing-masing tema dari 9 video terpilih sebelumnya.	
--	--	--	------------------------------------------------------	--

Sumber: Olahan Peneliti 2025

Melalui tahapan seleksi tersebut, diperoleh lima video yang dinilai paling representatif secara tematik dan performatif untuk dianalisis lebih mendalam. Pemilihan ini tidak dimaksudkan untuk generalisasi statistik, melainkan untuk memungkinkan analisis kualitatif yang mendalam terhadap representasi, performativitas, dan negosiasi ideologi maskulinitas hegemonik dalam praktik sosial digital TikTok. Kelima karakteristik video terpilih disajikan dalam tabel 1.3 berikut.


Tabel 1.3
Karakteristik Lima Video Terpilih

No.	Data Video	Keterangan
1.	 <p>Judul: Manusia Tahun : 2024 Durasi: 35 Detik Tayangan: 1,4 juta Like: 136,6 ribu Komentar: 514 Disimpan: 19,8 ribu</p>	<p>Video “Manusia” menampilkan percakapan singkat antara seorang laki-laki dan seorang perempuan yang berlangsung di kursi depan mobil. Laki-laki mempertanyakan kewajaran bagi seorang laki-laki untuk mengakui perasaan sedih, tersakiti, dan terluka. Perempuan merespons dengan menegaskan bahwa merasakan emosi merupakan respons normal sebagai manusia, serta menekankan bahwa emosi sedih sama pentingnya dengan bahagia sebagai penyeimbang. Percakapan ditutup dengan pengakuan laki-laki atas identitasnya sebagai manusia, yang kemudian ditegaskan kembali oleh perempuan sebagai dasar kewajaran untuk merasakan seluruh spektrum emosi.</p>

	<p>Dibagikan: 5,4 ribu</p> <p>Dialog :</p> <p>Laki-laki : “Apakah wajar, seorang laki-laki mengakui dirinya terluka, sedih, dan tersakiti?”</p> <p>Perempuan : “Wajar. Merasakan, itu respon normal manusia. Sedih, juga sama pentingnya sama bahagia, dan kita semua butuh penyeimbangnya. Sekarang aku bertanya sama kamu, kamu manusia apa bukan?”</p> <p>Laki-laki : “Iya.”</p> <p>Perempuan : “Berarti wajar untuk kamu merasakan semuanya.”</p>
<p>2.</p>  <p>Judul : Udah Maafin? Tahun: 2024 Durasi: 35 Detik Tayangan: 3 juta Like: 376,3 ribu Komentar: 1.478 Disimpan: 56,1 Dibagikan: 15,4 ribu</p> <p>Dialog :</p> <p>Perempuan: “Coba saja maafin.”</p> <p>Laki-laki: “Kasih gue alasan.</p>	<p>Video ini menampilkan percakapan singkat antara seorang laki-laki dan perempuan mengenai proses memaafkan dan pengelolaan emosi. Laki-laki bertanya alasan untuk memaafkan, sementara perempuan memberikan penjelasan panjang yang menekankan pentingnya melepaskan emosi negatif dan belajar memulihkan diri, meskipun memaafkan tidak dapat memperbaiki semuanya. Percakapan berlangsung secara intim, dengan kedua subjek duduk berhadap-hadapan, dan menekankan interaksi dialogis antara laki-laki sebagai subjek emosional aktif dan perempuan sebagai fasilitator yang membimbing refleksi emosional.</p>

	<p>Kenapa gue harus maafin orang?”</p> <p>Perempuan: “Mungkin memaafkan tidak bisa memperbaiki semuanya, termasuk diri kamu yang sudah terlanjur sakit karena masalah itu. Tapi setidaknya kamu bisa belajar untuk pulih, dan melepaskan emosi-emosi negatif yang, tanpa kamu sadari, bisa merusak hal-hal baik yang sebenarnya bisa kamu lihat sendiri.”</p>	
<p>3.</p>	 <p>Judul : Manusia Boleh Cerita Tahun: 2025 Durasi: 50 Detik Tayangan: 3 juta Like: 285,5 ribu Komentar: 2,13 ribu Disimpan: 42,8 ribu Dibagikan: 25 ribu</p> <p>Dialog:</p> <p>Perempuan : “Ga harus selalu kuat kali. Kalau hari ini lagi ngerasa ga kuat, ya gapapa, bilang aja, cerita aja.”</p> <p>Laki-laki : “Tapi kan gua laki-laki. Gua harus kuat, ga boleh nangis.”</p> <p>Perempuan : “Ya, laki-laki kan</p>	<p>Video ini menampilkan percakapan antara seorang laki-laki dan perempuan mengenai tekanan sosial terhadap maskulinitas dan hak laki-laki untuk mengekspresikan kerentanan emosional. Laki-laki menyampaikan pergulatan batinnya terkait tuntutan sosial untuk selalu kuat dan tidak boleh menangis. Perempuan menanggapi dengan menegaskan bahwa laki-laki juga manusia yang memiliki perasaan, sama seperti perempuan, dan berhak merasakan dan mengekspresikan emosinya. Dialog berlangsung secara intim, dengan laki-laki berada dalam posisi bertanya dan perempuan memberikan panduan verbal yang menenangkan, menekankan bahwa perasaan tidak memiliki gender.</p>

	<p>juga sama-sama manusia, punya perasaan, sama kayak perempuan. Kalau misalkan perempuan boleh merasa, ya laki-laki juga. Kalau perempuan boleh cerita, ya laki-laki juga. Setiap manusia itu berhak untuk merasa. Jadi, kalau hari ini lu lagi merasa kenapa-napa, ya gapapa, karena rasa ga punya gender. So, ada apa?”</p>
<p>4.</p>  <p>Judul : Jadi Istimewa Tahun: 2025 Durasi: 36 Detik Tayangan: 1,9 juta Like: 154,3 ribu Komentar: 668 Disimpan: 22,5 ribu Dibagikan: 14,1 ribu Dialog: Laki-laki : “Ker, gua memang ga spesial ya?” Perempuan : “Jangan maksa jadi istimewa, buat orang-orang yang nganggap lu bukan apa-apa, karena mau sesempurna apapun lo, mereka akan selalu melihat kurangnya lo. Beda halnya kalo lu ada di tengah-tengah orang yang nganggap lu ada dan terlihat.</p>	<p>Video ini menampilkan percakapan antara seorang laki-laki dan perempuan yang berfokus pada afirmasi diri dan keyakinan terhadap nilai diri. Laki-laki mengungkapkan keraguan tentang apakah dirinya dianggap istimewa, sementara perempuan menanggapi dengan menekankan pentingnya lingkungan yang menghargai keberadaan dan usaha seseorang, serta bahwa nilai diri tidak harus dibuktikan secara berlebihan. Dialog berlangsung secara intim, menyoroti proses refleksi dan penguatan psikologis bagi subjek laki-laki.</p>

	<p>Ga perlu usaha sebegitunya , mereka akan melihat lo istimewa”.</p>	
<p>5.</p>	 <p>Judul : Kalau Kita Ga Kehilangan Tahun: 2025 Durasi: 28 Detik Tayangan: 2,5 juta Like: 261,8 ribu Komentar: 663 Disimpan: 38,5 ribu Dibagikan: 17,7 ribu Dialog: Perempuan : “Kita ga akan pernah tau, sisi berharganya kita, sisi berharganya orang, kalau kita ga pernah kehilangan. Entah itu kita, entah orang. So, dari kisah melepaskan kamu ini, aku cuma berharap bahwa kamu bisa nemuin definisi bahagia versi kamu, yang selama ini ga tau tuh, kamu sembunyiin dimana, entah hilangnya dimana.”</p>	<p>Video ini menampilkan percakapan antara seorang laki-laki dan perempuan yang merefleksikan pengalaman kehilangan dan kesadaran terhadap nilai diri maupun orang lain. Narasi menekankan bahwa pemahaman akan nilai diri atau orang lain muncul melalui pengalaman kehilangan, sekaligus membuka ruang bagi subjek laki-laki untuk menemukan definisi kebahagiaan pribadinya. Dialog berlangsung secara intim, dengan perempuan membimbing refleksi emosional dan laki-laki berada dalam posisi menerima dan merenungkan pesan tersebut.</p>

Sumber: Olahan peneliti dari akun TikTok @ruangmu_bercerita 2025

1.6.3 Data yang Diambil

Pada penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata (baik lisan maupun tulisan) serta perilaku manusia, dan tidak diubah menjadi data angka (Afrizal, 2014:17). Adapun sumber data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari video-video di akun TikTok @ruangmu_bercerita. Data ini difokuskan pada komposisi media dalam video, meliputi teks (caption, hashtag, narasi), visual (ekspresi wajah, gestur, pakaian, latar yang membangun suasana emosional), dan audio (musik, suara, atau keheningan yang menekankan makna). Semua elemen ini dipahami sebagai bagian dari konstruksi simbolik yang membentuk representasi ekspresi kerentanan laki-laki, terutama kesedihan, keraguan dan refleksi kehidupan, serta kerentanan lainnya. Komentar pengguna juga dicatat sebagai data pendukung untuk melihat bagaimana audiens memberi makna dan menanggapi narasi emosional yang ditampilkan.

1.6.4 Proses Penelitian

Penelitian dilakukan secara bertahap, sistematis, dan berkelanjutan, dengan fokus pada ekspresi kerentanan laki-laki di TikTok sebagai representasi penolakan laki-laki terhadap maskulinitas hegemonik. Proses dimulai pada Juni 2025 dengan mencari akun yang representatif berdasarkan kriteria *purposive sampling* pada bagian objek penelitian, yaitu akun yang konsisten menampilkan laki-laki mengekspresikan emosi, memiliki interaksi audiens yang tinggi, dan relevan dengan tema maskulinitas hegemonik.

Setelah menonton dan mengamati berbagai akun serta video, ditemukan akun TikTok @ruangmu_bercerita. Video-video ini ditonton berkali-kali untuk memahami pola gestur, ekspresi, narasi, serta respons audiens kemudian dipilih lima video utama untuk dianalisis secara mendalam. Analisis data dilakukan menggunakan tiga level semiotika Fiske (1987), yakni level realitas, representasi, dan ideologi. Level realitas mencakup elemen-elemen objektif seperti ekspresi wajah, gestur, suara, pakaian, serta lingkungan atau setting yang mendukung ekspresi kerentanan. Level representasi menyoroti konstruksi makna melalui teknik media, termasuk framing dan sudut kamera, pencahayaan, penyuntingan, musik, serta dialog atau narasi, yang membangun kesan kerentanan, keintiman, dan ekspresi kerentanan. Level ideologi menelaah nilai-nilai yang melandasi representasi tersebut, termasuk penolakan terhadap maskulinitas hegemonik dan penekanan pada kesetaraan emosional, kemudian mengaitkannya dengan prinsip *undoing gender* (Butler, 2004) dan maskulinitas hegemonik (Connell, 2005).

Seluruh analisis dicatat dalam tabel yang memuat level realitas, representasi, dan ideologi lengkap dengan keterangan dan tangkapan layar (*screenshot*) dari video sebagai dokumentasi visual, sehingga elemen yang dianalisis dapat dilihat secara konkret. Proses ini dilakukan secara berkelanjutan, mulai dari pengamatan, pencatatan rinci, hingga penyusunan tabel analisis dengan gambar, memastikan data tersusun sistematis dan siap dianalisis lebih lanjut dalam sintesis ideologi melalui konsep *undoing gender*.

Dari lima video yang dianalisis, kemudian ditarik tema-tema utama dari setiap elemen realitas, representasi, dan kaitannya dengan konsep maskulinitas

hegemonik (Connell, 2005), serta *undoing gender* (Butler, 2004). Proses ini dilakukan secara berkelanjutan hingga pepadanan teori, sehingga interpretasi menjadi data-driven. Selanjutnya, tema-tema yang muncul digunakan untuk memahami bagaimana ekspresi kerentanan laki-laki merepresentasikan penolakan terhadap maskulinitas hegemonik, sekaligus menunjukkan bagaimana praktik simbolik di media digital membentuk ruang negosiasi identitas gender. Dengan pendekatan bertahap dan komprehensif, penelitian ini menghasilkan analisis yang tajam, reflektif, dan menyeluruh, menangkap dinamika ekspresi kerentanan laki-laki serta praktik simbolik yang menantang norma maskulinitas hegemonik.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi dokumen. Studi dokumen dilakukan dengan mengumpulkan bahan tertulis, seperti berita media, notulen rapat, surat, dan laporan, yang dibutuhkan oleh peneliti serta dapat digunakan untuk memverifikasi kebenaran atau ketepatan informasi yang diperoleh melalui wawancara mendalam (Afrizal, 2014:21).

Dalam penelitian ini, studi dokumen mencakup video TikTok yang menampilkan ekspresi kerentanan laki-laki sebagai representasi penolakan terhadap maskulinitas hegemonik. Seluruh unsur video, termasuk komentar, diperlakukan sebagai teks yang dianalisis untuk memahami makna simbolik, naratif, dan ideologis yang tersirat. Selain itu, peneliti menelaah artikel, berita, dan penelitian terdahulu mengenai maskulinitas, kerentanan laki-laki, dan representasinya di media sosial, sebagai bahan pendukung untuk memperkuat interpretasi temuan. Dengan demikian, teknik pengumpulan data melalui studi

dokumen memungkinkan memperoleh informasi yang komprehensif dari berbagai sumber, untuk mendukung analisis representasi dalam konten media.

1.6.6 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah elemen-elemen pembentuk makna dalam video TikTok akun @ruangmu_bercerita, yang mencakup gestur, ekspresi wajah, suara, pakaian, setting, musik, pencahayaan, framing kamera, narasi dan teknik penyuntingan, termasuk komentar audiens sebagai pendukung pembentuk makna. Elemen-elemen tersebut dianalisis untuk melihat bagaimana media membentuk representasi tentang ekspresi kerentanan laki-laki dan penolakan terhadap nilai-nilai maskulinitas hegemonik melalui konstruksi visual, audio, dan naratif.

1.6.7 Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah proses sistematis untuk menentukan bagian-bagian serta hubungan antar bagian dan keseluruhan data, dengan tujuan menghasilkan klasifikasi, tipologi, atau pemaknaan yang lebih mudah dipahami (Afrizal, 2014:175–176). Berdasarkan Zhang dan Wildemuth (2009), proses analisis isi kualitatif dilakukan melalui beberapa tahap sistematis:

1. Persiapan Data

Setiap video dilengkapi dengan metadata dan konteks sosial untuk mendukung interpretasi makna. Data ini dicatat dalam tabel analisis dengan kolom-kolom yang memuat tangkapan layar pada video, judul, waktu publikasi, durasi, jumlah interaksi, deskripsi, serta transkrip dialog atau narasi. Proses ini

memastikan semua informasi relevan terkumpul secara sistematis sebelum tahap pengkodean dan analisis.

2. Penentuan Unit Analisis

Unit analisis ditetapkan pada elemen-elemen signifikan dalam video yang membangun makna representasi gender. Mengacu pada semiotika John Fiske (1987), elemen-elemen pada level realitas dan representasi diperlakukan sebagai tanda yang menyusun makna dan ideologi.

3. Pengkodean

Pengkodean dilakukan secara terbuka untuk menangkap variasi tanda dan potensi makna melalui kerangka analisis tiga level makna Fiske (1987):

- Level Realitas (*Reality*): Analisis elemen objektif, seperti gestur, ekspresi wajah, suara, pakaian, dan lingkungan/setting yang menampilkan kerentanan, atau ekspresi kerentanan laki-laki.
- Level Representasi (*Representation*): Analisis cara media membentuk makna, termasuk gaya tangkapan kamera (*close-up, long shot*), pencahayaan, penyuntingan, musik, suara ambient, dan dialog/narasi. Teknik ini menunjukkan bagaimana realitas divisualisasikan untuk membangun pemaknaan tertentu.
- Level Ideologi (*Ideology*): Analisis nilai dan keyakinan yang melandasi representasi, termasuk penolakan terhadap norma maskulinitas hegemonik, dan pemberian ruang bagi laki-laki untuk mengekspresikan kerentanan. Level ini dibaca menggunakan kerangka *undoing gender* (Butler, 2004) dan maskulinitas hegemonik (Connell, 2005).

4. Kategorisasi dan Tema

Hasil analisis dari kode-kode sesuai kerangka analisis Fiske (1987) dikelompokkan menjadi kategori analitis berdasarkan kedekatan makna, kemudian dikembangkan menjadi tema-tema representasi seperti ekspresi kerentanan laki-laki, strategi performatif gender, dan bentuk penolakan terhadap maskulinitas hegemonik. Tema ini berfungsi untuk mengidentifikasi pola representasi dan arah negosiasi maskulinitas yang muncul dalam video, serta menghubungkan level realitas, representasi, dan ideologi.

5. Interpretasi Makna

Tema-tema hasil analisis diintegrasikan dengan konsep *undoing gender* Butler (2004) untuk menilai praktik performatif yang merundingkan identitas gender, dan maskulinitas hegemonik Connell (2005) untuk menilai apakah konten menegosiasikan atau menentang maskulinitas hegemonik. Interpretasi diarahkan untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana ekspresi kerentanan laki-laki merepresentasikan penolakan terhadap maskulinitas hegemonik.

6. Validasi dan Refleksi

Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil analisis video, komentar audiens, literatur maskulinitas, dan konsultasi akademik dengan dosen pembimbing kajian ini. Selain itu, refleksi peneliti juga dilakukan secara berkelanjutan untuk meninjau potensi bias dan memastikan ketepatan interpretasi sesuai konteks sosial dan ideologis fenomena.

1.6.8 Definisi Operasional Konsep

Untuk menjaga konsistensi makna dalam penelitian ini, beberapa konsep kunci didefinisikan secara operasional sebagai berikut:

1. Representasi

Merupakan konsep yang menjelaskan proses pembentukan dan penyampaian makna tentang maskulinitas, ekspresi kerentanan, serta bentuk penolakannya melalui media. Dalam penelitian ini, representasi terlihat melalui penggunaan audio, visual, dan naratif pada video TikTok, yang bersama-sama membentuk cara pandang audiens terhadap isu gender dan ekspresi kerentanan laki-laki.

2. Maskulinitas Hegemonik

Merupakan konsep yang menggambarkan konstruksi sosial tentang laki-laki sebagai figur dominan melalui penekanan pada kekuatan, kemandirian, rasionalitas, dan pengekangan emosional. Konsep ini mencerminkan bentuk maskulinitas yang dianggap ideal dan superior dibandingkan dengan bentuk maskulinitas lainnya, sehingga meneguhkan hirarki gender dalam masyarakat.

3. Ekspresi Kerentanan (Vulnerability)

Konsep ini merujuk pada kesediaan laki-laki untuk mengakui dan mengungkapkan dimensi afektif yang secara tradisional dianggap sebagai kelemahan (seperti kesedihan, ketakutan, atau kecemasan). Dalam studi maskulinitas, ekspresi kerentanan dipahami sebagai bentuk negosiasi terhadap norma hegemonik yang menuntut ketangguhan emosional mutlak. Pengakuan atas

kerentanan ini menjadi indikator penting adanya pergeseran identitas laki-laki dari sosok yang kaku menjadi pribadi yang lebih reflektif dan ekspresif.

4. *Undoing Gender*

Undoing gender merujuk pada kondisi ketika norma gender yang dominan tidak lagi bekerja secara mulus dan mulai dipertanyakan melalui praktik sosial. Dalam penelitian ini, *undoing gender* tampak ketika laki-laki menampilkan ekspresi kerentanan seperti kerentanan, kesedihan, dan keterbukaan afektif yang menyimpang dari tuntutan maskulinitas hegemonik. Praktik ini tidak menghapus identitas maskulin, tetapi mengganggu dan menegosiasikan ulang regulasi gender, sehingga membuka ruang bagi ekspresi kerentanan laki-laki yang lebih manusiawi dan tetap dapat dikenali secara sosial.

5. Video TikTok

Merupakan konsep yang mengacu pada unit media berbasis video pendek yang berfungsi sebagai ruang ekspresi sekaligus arena wacana sosial di platform TikTok. TikTok menjadi wadah di mana konstruksi maskulinitas dan ekspresi kerentanan laki-laki dapat dipertunjukkan, dipersoalkan, dan dinegosiasikan, terutama melalui video yang mendorong laki-laki untuk bercerita dan terbuka secara emosional.

1.6.9 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dipahami sebagai lokasi, settings atau konteks dari sebuah penelitian (Afrizal, 2014:128). Penelitian ini dilakukan di media sosial TikTok yang berlatar konteks sosial-budaya Indonesia.

1.6.10 Rancangan Jadwal Penelitian

Tabel 1.4
Rancangan Jadwal Penelitian

No.	Tahapan Penelitian	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1.	Seminar Proposal									
2.	Penyusunan Instrumen Penelitian									
3.	Pengumpulan Data									
4.	Analisis Data									
5.	Penulisan dan Bimbingan Skripsi									
6.	Ujian Skripsi									

