

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian diperoleh dari hasil wawancara dan observasi langsung ke lapangan dengan mengikuti beberapa kegiatan dari komunitas King Yogya. Penelitian ini mengambil subjek dari 10 member perempuan King Yogya yang masih aktif mengikuti kegiatan sampai sekarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi perempuan dewasa awal dalam komunitas King Jogja terutama dalam persepsi maskulinitas dan kegiatan keseharian mereka. Setiap subjek memiliki persepsi dan pendapat sendiri tentang *boyband* yang mereka sukai dan di idolakan.

Dalam penelitian ini adalah mencakup umur 20-40 tahun yang termasuk usia dewasa awal, berbeda dengan remaja yang mencakup umur 12-19 tahun dengan pola pikir yang masih *labil* dan masa puberitas, dimana mulai mereka menyukai dengan lawan jenisnya, dan masa mereka ingin bebas, tidak ada fikiran tanggung jawab yang harus mereka bebaskan. Untuk awal dari hasil penelitian ini peneliti akan membahas beberapa *boyband* korea yang mereka idolakan hingga subjek menjadi seorang K-popers.

1. Komunitas King JogJa

Awal terbentuknya Komunitas King Jogja ini adalah berawal dari orang korea yang datang ke Indonesia untuk belajar bahasa Indonesia yaitu di Jakarta. Sebelumnya nama komunitasnya adalah Indonesia-Korea Network Grup pada tahun 2008. Kang Jong hyun adalah orang asal Korea pertama yang membentuk komunitas tersebut. Alasan Jong Hyun membuat komunitas itu adalah untuk memudahkan dia belajar bahasa Indonesia, dan orang Indonesia yang ingin belajar bahasa Korea.

Berkembangnya populasi penggemar Korea membuat komunitas tersebut juga meluas. Komunitas Indonesia-Korea Network Grup ini menjadi komunitas seluruh Indonesia. tetapi di setiap daerah pun Grup tersebut ada tetapi dengan nama yang berbeda sesuai daerah masing-masing, salah satunya King Yogya ini.

Komunitas King Yogya terbentuk pada tahun 2015 setelah salah satu teman Indonesia Kang Jong Hyun yang berada di Yogyakarta berkolaborasi dengan teman-teman Indonesia dan koreanya membentuk Komunitas King Jogja ini, dan jadilah komunitas King Jogja.Kang Jong Hyun setian tiga bulan sekali akan berkontribusi ke Komunitas King Yogya langsung datang dari Korea selatan. Begitu pula dengan daerah-daerah lainnya. Dia akan bergilir untuk ke setiap daerah seperti Medan, Pekanbaru, Bali, Jakarta dan lainnya.

Kegiatan dalam Komunitas King Yogya juga bermacam-macam seperti: Gathring, Outbond, Karaoke, belajar bahasa Korea, nonton

kompetisi Cover Dance Korea, mengikuti even-even Korea-Indonesia, dan masih banyak lagi. Dalam Komunitas King Jogja rata-rata yang mengikuti Komunitas ini adalah wanita muslim dengan menggunakan hijab. Meski begiitu mereka tidak berbeda denngan wanita yang nonmuslim ketika berbicara tentang idolanya.

Berikut adalah beberapa subjek pada penelitian ini:

nama	jenis kelamin	umur	pekerjaan	status	Agama	Idola
CW	pr	28	Wiraswasta	belum menikah	Islam	Bigbang, EXO, Shinee
R	pr	20	karyawan	belum menikah	Islam	Super Junior
RV	pr	25	Freelance	belum menikah	Islam	Bigbang , Super Junior.
MA	pr	22	Transleter	belum menikah	Islam	TVXQ, 2PM, Super Junior, Bigbang, BTS, Wannaone
E	pr	27	guru TK	Sudah menikah	Islam	Bigbang
PR	pr	33	Freelance	sudah menikah	Islam	Bigbang, Shinee, Winner
SN	pr	28	Wiraswasta	belum menikah	Islam	Bigbang
W	pr	21	karyawan	belum menikah	Islam	BTS
NU	Pr	40	Wiraswasta	Sudah menikah	Islam	BTS
F	Pr	29	karyawan	Sudah menikah	Islam	BTS, CNBlue

Ini adalah beberapa member dari Komunitas King Jogja, yang mana mereka adalah seorang *fans* muslimah yang kesehariannya memakai

hijab dan beberapa sudah bersetatus menikah yang artinya mereka sudah memiliki *muhrimnya*.

2) Persepsi Penggemar K-pop terhadap Maskulinitas *Boyband* Korea Selatan

Dalam penelitian ini subjek memiliki persepsinya masing-masing terhadap Maskulinitas *Boyband* Korea sebagai idol yang mereka sukai.

Berikut adalah persepsi-persepsi yang di ungkapkan para subjek pada penelitian ini:

Nama	Awal kenal K-pop	Persepsi
CW	2015	“ kalo menurutku mereka itu keren, cakep apalagi suaranya bagus banget, bikin aku kagum ngeliatnya”
R	2010	“ kamu taulah Super junior itu seperti apa member-membarnya, konyolnya pake banget ganteng dan gak Jaim (jaga Image) itu yang buat aku suka banget sama Suju”
RV	2009	“aku tuh suka banget sama mereka karena mereka <i>multitalented</i> dan kalo di panggung atau pun di acara Reality Show Humoris banget jadi lucu, gak sok jaga Image.”

MA	2009	“mereka tuh alay terus kalo di reality show seru dan gak Jaim, gak alay terus kalo lagu-lagunya meaning full dan multitalented lagi.”
E	2011	“karna aku Cuma suka Bigbang jadi persepsiku buat mereka, mereka kece baday dan kalo udah manggung pecah, jadi seru semangat keren abis dah.”
PR	2009	“mereka itu, menurut aku keren , berbakat, cerdas lagi, all around package yang buat aku kagum dan ngfans banget ama mereka”
SN	2005	“mereka itu, menurut aku keren , berbakat, cerdas lagi, all around package yang buat aku kagum dan ngfans banget ama mereka”
W	2011	“aku suka mereka karena musiknya, karyanya dan prestasi yang mereka raih.”
NU	2015	“aku kagum sama mreka yang pekerja keras dan bersungguh-sunggu dalam karyanya.”
F	2008	“mereka tuh multitalent trus pinter ramah lagi, lagu mereka itu menginspirasi banget dan menghibur.”

B. PEMBAHASAN

Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai media molekul bau (aroma), dan pendengaran yang melibatkan gelombang suara. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks sistem saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi di luar kesadaran.¹

Seperti yang uraikan pada teori S-O-R bahwasanya penerimaan stimulus dari suatu objek dapat merespon sebuah persepsi, tingkahlaku, dan sebuah pengaruh bagi si penerima stimulus.²

Awal mula mengetahui budaya korea RV, MA, E , Fadalah melalui media televisi dan Internet. Dari media televisi dengan tayang drama dan musik Korea. Salah satu dramanya adalah Endless Love pada tahun 2006 di lanjutkan dengan boyband seperti TVXQ dan Super Junior. *“gua kenal boyband korea tuh waktu dengerin lagu Super Junior pertama kali, tahun 2010an lah, ternyata itu lagu baru Super Junior. Seperti yang lo tau sekarang gua jadi fandom ELF(julukan untuk fans Super Junior) .”*³

¹Ibid

² Efendy, Onong UchaJana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti, bandung/2003. Hlm 220

³ Wawancara narasumber Ratna 23 Maret 2018

Lain halnya dengan CW, sebelumnya dia tidak tertarik dengan budaya korea, tetapi dia mulai tertarik setelah berkunjung langsung ke negeri ginseng tersebut. “awalnya tuh aku biasa aja, tapi waktu ada kesempatan ke Korea Selatan, aku jadi banyak tau budaya Korea, dan itu yang buat aku tertarik sama Korea, dan pas ada kesempatan nonton konser K-pop. sejak itu aku dengerin lagu korea dan sekarang jadi suka deh”⁴

Dari penuturan CW, bahwa ketertarikan itu timbul karena langsung menyaksikan apa yang berada di tempat atau di negara Ginseng, dan menimbulkan persepsi tersendiri baginyal untuk negara ginseng tersebut.

Sedangkan P,W awal mengenal budaya korea adalah pada saat mereka di kenalkan oleh teman-teman mereka yang menyukai budaya dan K-pop. “aku punya temen yang *fanatic* (terlalu menyukai) banget sama K-pop, awalnya aku mikir, ih apaan sih, lebay banget. Temen aku ini nyoba jelaskan sama aku tentang K-pop dank karena sering dengerin musik yang dia denger akunya jadi tertarik. Ya udah sampe sekarang sukanya”⁵

Setelah ketertarikan itu muncul, maka akan timbul keingin tahuan atau perhatian yang lebih pada idol-idol *boyband* Korea dengan cara mencari informasi tentang mereka. Hal ini di dukung dengan adanya teknologi informasi yang memudahkan u ntuk mencari kabar tentang idola-idola mereka. “setelah denger lagu itu, aku jadi penasaran aja sama

⁴ Wawancara narasumber Cristal 23 Maret 2018

⁵ Wawancara narasumber Olivia 23 Maret 2018

mereka, jadi aku nyari di internet deh tentang mereka, nyari di media sosial juga iya, kayak facebook biasanya ada tuh berita-berita di facebook tentang K-pop kalo kita ikut di akun facebook K-pop gitu, itu *update* banget tentang K-pop.”⁶ “Ya setelah di kenalin temen itu, aku jadi penasaran aja gimana sih boyband Korea itu, aku nyari di internet gak di internet juga sih, ada juga di majalah anak muda tuh dulu, isinya juga ada tentang K-pop juga. Ya biasanya isinya *profile* tentang mereka dan iklanin fashion gitu.”⁷

Begitu pula dengan R dan kawan-kawan yang mencari informasi tentang K-pop karena ketertarikan mereka akan musik dan penampilan para *boyband* Korea. Mereka berusaha mencari tahu melalui Internet, media sosial mau pun di majalah untuk menemukan informasi yang ingin mereka ketahui.

Setelah menemukan informasi dari boyband Korea, CW dan kawan-kawan akan mulai memahami informasi yang mereka terima dari internet, media sosial atau pun majalah untuk memenuhi keinginan mereka. Dari pemahaman tersebut mereka akan mulai menerima apa yang mereka dapatkan dari informasi yang mereka cari.

Respon yang terjadi pada dan PR kawan-kawan adalah dengan kehidupan keseharian mereka. Seperti S etelah mengetahui informasi yang dia dapatkan, dia selalu *update* (tahu dengan cepat) tentang idolanya, mulai dari musik, drama dimana idolanya yang membintangi

⁶ Wawancara narasumber Fitri 25 Maret 2018

⁷ Wawancara narasumber Prita 25 maret 2018

Dari respon pada E, bahwa dia tidak bisa melepaskan dirinya dari K-pop. Kesehariannya yang mendengarkan musik dan keingintahuan tentang idolanya setiap hari menjadi kepuasan tersendiri akan dirinya dengan idolanya.

Hal ini didukung juga dengan *teknologi* yang semakin maju, memudahkan para penggemar mendapatkan informasi dengan mudah, yang dapat mempengaruhi kehidupan akan konsumsi yang mereka butuhkan.

Dari informasi yang mereka ketahui, pahami dan terima, menjadikan sebuah persepsi akan Idolanya. Disini persepsi di ambil dari sisi maskulinitasnya. Persepsi Fitri dan kawan-kawan seperti berikut:

Seperti yang kita ketahui bahwa Budaya K-pop dan Korea *Wave* di salurkan melalui media massa. Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khlayak melalui proses pelaziman atau proses *imitasi*. Yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi.⁸ Atau alat dalam komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara serempak, cepat terhadap *audience* yang luas dan *heterogen*.

Menurut Cangara ada beberapa karakteristik Media Massa yaitu:

- a. Bersifat melembaga, pihak yang mengelola dan menyajikan informasi.

⁸ Halik, Abdul. *Komunikasi Massa*. makasar 2013. Hlm22

- b. Bersifat satu arah, komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan untuk dapatkan *Feedback*., jika pun ada itu akan tertunda.
- c. Memakai peralatan teknis dan mekanis seperti elektronik radio, televisi, surat kabar dan media melalui internet.
- d. Bersifat terbuka, pesan yang di terima dapat di terima siapa saja, tidak mengenal suku, ras, jenis kelamin dan lainnya.⁹

Dalam kajian ini, pada persepsi-persepsi yang di utarakan fitri dan kawan kawan adalah pada konsep maskulinitas boyband dimana laki-laki memperlihatkan unsur emosional dari pada otot mereka walau pun beberapa kali mereka akan memperlihatkan sixpack pada tubuhnya. Karena tubuh laki-laki pada idol memiliki makna. Yaitu melalui visual tubuh laki-laki di tunjuk melalui fisik dan pakaian mereka seperti halnya dalam gambar, iklan, fotografi. Namun dengan unsur performatif, maskulin di tunjukkan melalui tubuh sebagai latar belakang, dan lebih diutamakan suara, bakat dan karakteristik pada *boyband*.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Penggemar Perempuan K-pop

Setiap persepsi pasti ada faktor yang mempengaruhi persepsi itu. Begitu pula dengan persepsi yang telah di ungkapkan oleh penggemar K-pop pada Komunitas King Jogja ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

⁹Candra, H Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta, PT. Raja Grafindo. 2006) hlm 15

a. Faktor Internal

- 1) Fisiologi pada faktor K-pop penerimaan informasi tentang K-pop yang di terima oleh alat indra melalui lingkungan sekitarnya. Dimana lingkungan sekitar pada komunitas selalu membicarakan tentang Korea Selatan.
- 2) Ingatan dan Pengalaman tentang Korea Selatan berbeda-beda. Dan memiliki kesan yang berbeda pula. Seperti halnya Crista, Septiana, Metias, dan Fitri yang memiliki ingatan dan pengalaman langsung akan negara ginseng. R yang mengikuti komunitas ELF (*Fandom Super Junior*), F yang pernah menonton konser boyband BTS langsung di Jakarta. Prita, RV, E, W, yang memiliki pengalaman dan ingatan akan belajar bahasa Korea, dan bermain dengan teman-teman dari Korea Selatan. Mereka juga sering mengikuti even *Koreanday* di Universitas Gajah Mada setiap tahunnya.
- 3) Sesuasana Hati. Musik K-pop yang dapat membuat Olivia dan kawan-kawan merasa senang atau pun bersemangat jika mendengar lagu-lagu dari idolanya. “lagu mereka itu bagus aja, nyaman dan enak aja di dengar, lagunya kalo yang sedih kadang kena banget di hati, pas yang semangat jdi semangat banget”¹⁰

b. Faktor Eksternal

¹⁰ibid

faktor ini adalah faktor yang mempengaruhi karakteristik dan mengubah sudut pandangnya, seperti:

- 1) Penampilan dan Ukuran, pada K-pop saat ini dimana *boyband* Korea yang sering mengadakan Konser di berbagai belahan dunia membuktikan ke populeran para idolanya.
- 2) Warna dan objek pada idol K-pop dari penampilan berpakaian dan *makeup* yang menonjol, membuat R, MA, RV, E, dan CW sering mengikuti gaya *makeup* idol mereka.
- 3) Kekuatan dan Intensitas pada stimulus yang diberikan K-pop dan Korea Wave melalui musik dan drama dari negara Korea Selatan yang sering menampilkan cerita sejarah kerajaan, *romance*, *action* yang menarik. Di tambah para idolanya yang menjadi bintang di drama tersebut.¹¹
- 4) Gerakan dan Montion disini adalah Boyband Korea selalu menampilkan dance-dance yang menarik dan energic yang di anggap sexy yang membuat pesona pada penggemarnya.¹²

setelah adanya faktor yang mempengaruhi, ada pula faktor yang mempengaruhi perkembangan pada persepsi penggemar yaitu:

- 1) Psikologi

Para penggemar K-pop jika ditanya tentang Korea maka mereka akan ingat pada *boyband*, dan drama-drama dari Korea selatan,

¹¹ <http://eprints.uny.ac.id/16965/1/SKRIPSI.pdf> di publikasikan 2013. Yang di publikasikan tahun 2013.Hlm92

¹² *ibid*

Fashion dan makeup yang membuat mereka menganggap idolanya tampan.

“kalo denger nama korea, yang terlintas pasti boyband dan drama koreanya, apalagi idol favorit aku sendiri yang ganteng dan unyu”¹³

Penggemar K-pop sudah *termaidsed* bahwa ketika mendengar nama Korea Selatan maka Nur dan kawan-kawan akan berfikir hal yang sama.

2) Family

Pada saa ini keluarga kurang berperan dalam perkembangan persepsi mereka tentang Korea selantan.

3) kebudayaan

Seperti yang di ketahui kebudayaan Korea Selatan saat ini sudah menyebar hampir keseluruh Indonesia. budaya korea saat ini yang mempengaruhi adalah musik, film atau drama, makanan, mau pun pakaian. Makanan seperti *kimchi*, *bibimbab*, *Jjajngmyeon* dan lainnya. Melalui pakaian yaitu baju tradisional Korea seperti Hanbook. Musik aliran Hiphop, pop, Indie dan lainnya.

Inilah beberapa faktor yang mempengaruhi dan perkembangan dari persepsi para penggemar K-pop pada *boyband* Korea di Komunitas King Yogya. Bahkan tidak hanya pada komunitas tersebut, tapi seluruh penggemar K-pop.

¹³Wawancara narasumber Nur 25 maret 2018

Berbeda dengan penggemar K-pop, pandangan orang biasa tentang K-pop sebagian berbeda-beda pendapat seperti wawancara pada beberapa orang ini:

Taufik “ aku biasa aja kalo sama K-pop, aku hanya kurang suka soalnya mereka itu cantik jadi keliatan kayak perempuan, lebih cantik dari perempuan lagi. Korea Selatan juga suka oplas (operasi plastik)”

Elmi “ ya, kalo denger kata Korea Selatan agak males aja, gak suka dari pakaiannya dan kalo di filmnya banyak adegan yang gak senonoh”

Rully “mereka itu terlalu feminim jadi bukan contoh yang baik, tapi baiknya mereka menciptakan membuat peluang bisnis yang cepat melalui musik dan film.”

Fenni “kalo dengar nama Korea Selatan yang ada di pikiranku boybandnya dan oplas (operasi plastik).”

Rhaka “ kalo denger Korea Selatan taunya cuma Samsung dan Jeju *Island* pernah jadi *plan* kesana.”

Dari beberapa persepsi di atas, menyatakan bahwa banyak yang tidak menyukai K-pop karena dari penampilan boyband atau artis Korea yang seperti perempuan, terlihat lemah dan terkenal dengan Operasi Plastik untuk mempercantik diri mereka.

2. Analisis terhadap Persepsi maskulinitas *boyband* Korea Selatan dan pengaruh perilaku

Boyband sebagai sebuah fenomena yang banyak mencuri perhatian masyarakat di dunia. Daya tarik *boyband* yang banyak orang terobsesi bahkan menggilainya. Fenomena tersebut tanpa disadari muncul kepada kita sebagai pengalaman indrawi yang berkesinambungan yang di terima melalui indra kita. Pengalaman tersebutlah yang membuat yang membuat suatu kedadaran dan pemahaman. Dan masyarakat mulai memahami dan menerima fenomena ini di tengah-tengah kehidupan.

Jika di tinjau dari kaca mata konstruksi sosial, maka yang akan tergambar adalah sosok pria yang atletis, tinggi, berotot, macho, dan menggemari aktifitas yang dilabeli maskulin dengan bermain sepak bola, mengangkat barang, dan mengganti ban mobil.

Korea Pop Culture atau yang biasa di sebut K-pop adalah suatu industri yang berskala global yang secara fantastis telah membawa dampak yang fantastis, bukan hanya pada Korea Selatan, namun juga kepada banyak orang di berbagai belahan dunia.

K-pop yang mengekspor *boyband*, *girlband*, serial drama yang kemudian diikuti dengan kosmetik, *snack*, komik, film, *fashion*, dan sebagainya. Dari semua di atas, penelitian ini berfokus pada *boyband*.

Boyband adalah kumpulan penyanyi pria yang beranggotakan minimal tiga orang, dengan menyanyi (rap, *beatboxing*, hiphop dan lainnya) dan melakukan koreografi *dance*

dan aksi lainnya. Ada beberapa *boyband* K-pop yang terkebal di mancanegara saat ini yaitu Bigbang, BTS, EXO dan lainnya.

Persepsi adalah pemahaman dan penerimaan dari objek tersebut, yang mana *fans* muslimah menilai pada *boyband* Korea Selatan. Persepsi yang di kemukakan oleh mereka adalah bentuk dari salah satu kekaguman dan hal yang menonjol yang dapat di banggakan menjadi seorang penggemar.

Seperti yang di ungkapkan CW “ kalo menurutku mereka itu keren, cakep apalagi suaranya bagus banget, bikin aku kagum ngeliatnya.”¹⁴ Dari ungkapan tersebut, adalah mengarah pada makna wajah yang keren dan cakep adalah termasuk maskulinitas *boyband* Korea, dan termasuk dalam sifat maskulinitas. “Kamu taulah Super junior itu seperti apa member-membarnya, konyolnya pake banget ganteng dan gak Jaim (jaga *Image*) itu yang buat aku suka banget sama Suju”¹⁵ keterbukaan dan cara mengibur dengan tingkah lucu para *boyband* pada saat siaran di TV seperti *RealityShow* atau pada wawancara menjadi gambaran maskulinitas pada *boyband*. Ungkapan dari R memaknai bahwa maskulinitas pada *boyband* idolanya adalah karena sifat atau karakteristiknya yang humoris dan wajahnya yang ganteng. “Karna aku Cuma suka

¹⁴ Wawancara 23 Maret 2018

¹⁵ Wawancara 23 Maret 2018

Bigbang jadi persepsiku buat mereka, mereka kece baday dan kalo udah manggung peceh, jadi seru semangat keren abis dah.”¹⁶

Persepsi yang di ungkapkan oleh E berbeda dari CW dan R tetapi memiliki makna yang sama, yaitu Idolanya dapat mengontrol suasana dan keadaan saat pada konser atau tampil di panggung.

Sama halnya dengan PR yang memaknai mereka sebagai orang yang berbakat, cerdas.

Para *boyband* sebelum bergabung dalam agensi, mereka harus melewati serangkaian latihan dan juga *make-over* yang harus di lakukan sesuai dengan kontrak. Mereka harus tahu kapan mereka boleh beraktifitas santai dan kapan mereka harus berlatih koreografi, latihan vocal, olahraga untuk membentuk otot dan juga perut yang *sixpack*, serta sejumlah operasi plastic untuk menyempurnakan beberapa bagian bentuk wajah seperti hidung, rahang, kelopak mata dan lainnya. Warna dan gaya rambut pun di atur agar tampak berbeda.

K-pop hadir dan mendkontruksi pada konsep maskulinitas yang selama ini seolah menjadi urban. Pada wawancara terhadap CW dan kawan –kawan tentang orientasi seksual menjawab bahwasanya mereka bukan lah homoseksual. Kesan cantik yang di tampilkan oleh *boyband* K-pop di tempatkan sebagai ranah ekspresi gender saja, bukan pada orientasi seksual. Para *Fans* K-

¹⁶ Wawancara 23 Maret 2018

pop tidak akan heran lagi jika melihat para idolanya menggunakan *makeup* seperti BB cream, liptin, eyeliner dan lainnya, seperti halnya dengan seorang perempuan. Tidak hanya para *boyband* para penduduk dari negara ginseng tersebut juga tidak jauh beda. Tidak akan mengherankan jika di stasiun bawah tanah di kota Seoul Korea Selatan sekelompok pria dengan seragam militer menggunakan liptin atau lip balm di tengah keramaian yang mana itu biasa di gunakan seorang perempuan.

Konsep maskulinitas juga jadi hal biasa dengan menguras rekening tabungan untuk perawatan wajah dan tubuh yaitu salah satunya dengan oprasi plastik dengan merombak hidung, memperbesar kelopak mata dan lainnya. Hal ini untuk tampil sebagai laki-laki yang tampan dan perfect.

Jika di cari di youtube dengan kata kunci *dance cover* K-pop, maka akan menemukan pertunjukan *cover dance* K-pop oleh pemuda-pemuda berbagai negaraseperti Indonesia, Amerika dan negara lainnya.

Maskulinitas pada persepsi CW dan kawan-kawan tidak luput dari kata tampan atau ganteng. Maka rumusnya jika ingin terlihat maskulin maka harus bergaya seperti orang Korea dan harus membeli produk-produk perawantan wajah dan tubuh asli Korea Selatan. Dan maskulinitas pada new man baru K-pop

merupakan contoh sukses sebuah bangsa yang merombak ulang defenisi ketampanan seorang pria.

Berbeda halnya dengan pandangan Islam terhadap konsep maskulinitas. Maskulinitas menurut islam menggambarkan sosok panutan yaitu Rasulullah Saw walau pun tidaksesempurna pada sosok Rasulullah. Maskulinitas menurut islam seperti:

a. Bagus agamanya

Laki-laki yang bagus agamanya maka dia akan memiliki kepercayaan tinggi namun tetap rendah hati. Bahwa dia yakin agama adalah menjadi bekal ilmu untuk menghadapi masalah yang akan di hadapi. Dan memahami apa yang akan dilakukan dalam hidup.

b. Pengayom dan menyantun

Sosok laki-laki yang mampu mengayomi pada keluarga dan dapat bertanggung jawab menyantuni untuk mencukupi kebutuhan keluarga. Seperti yang di katakan Aisyah Ra yang menggambarkan sosok Rasulullah” *Beliau Shallallahu’alaihi wassalam sebagai layaknya manusia pada umumnya, menjahit terompahnya, memeras susu kambing, menambal pakaian, dan mengerjakan apa yang biasa dikerjakan oleh laki-laki. Baru jika waktu sholat tiba, beliau keluar rumah*”¹⁷

c. Berwibawa dan pemurah

¹⁷ www.laki-lakisholehmenurutIslam.com yang di publikasikan pada tgl3 febuari 2018

Pria sholeh yang tidak pelit memberi apa yang dia punya terutama kepada keluarga mau pun orang lain. Tetapi ketika orang lain memandangnya maka orang lain akan merasa segan dan menaruh hormat padanya.

d. Tegas memimpin namun lemah lembut

Lelaki yang sholeh paham bahwa kedudukan menjadi seorang laki-laki berarti dia adalah calon pemimpin bagi keluarganya. Laki-laki harus bersikap lugas, tidak lembek, bijaksana, dan tidak berkhianat dalam menafkahi keluarga.

e. Kuat pendirian namun memiliki prinsip hidup

Tidak goyah dalam memberikan keputusan dan bijak dalam menangani masalah.

f. Penyabar dan pemaaf

Laki-laki seperti ini berusaha menyikapi suatu persoalan dengan kepala dingin dan tidak tergesa-gesa. Jika ada orang yang mencela, maka ia berusaha untuk memaafkannya dan bahkan mendoakannya semoga di beri ampunan oleh Allah SWT.

g. Amanah

Laki-laki yang amanah yaitu segala bentuk tugas yang diberikan akan di jalankan dengan penuh amanah. Dia tidak akan mau mengabaikan atau pun menyalahgunakan tugas atau pun kekuasaan yang dimilikinya.

h. Mendidik

Laki-laki yang mampu mendidik istri dan anaknya maupun keluarganya, untuk menjauhi dari tingkah laku yang buruk.

i. Berakhlak baik

Laki-laki yang sholeh memiliki akhlak yang baik, tutur kata yang sopan sikap yang bagus di dalam mau pun di luar. Intinya, laki-laki seperti takut akan azab Allah SWT, sehingga dia merasa malu untuk berbuat yang keburukan yang di larang oleh agama.

Dari kepopuleran *boyband* yang sudah menyebar ke Indonesia menimbulkan pengaruh pada penggemarnya termasuk dengan pengaruh pada perilaku mereka.

Perilaku yang terjadi adalah pengaruh dari persepsi tersebut, yang mana penerimaan dari makna atau penilaian dia terhadap K-pop. Perilaku adalah gambaran bahasanya mereka adalah *fans* dari *boyband* yang di idolakan. Perilaku tersebut seperti *up to date* pada pemberitaan idolanya, membeli barang-barang *merchandise* (CD, poster, pin, aksesoris dll), masuk komunitas yang memiliki *fandom* yang sama, bahkan ikut *dance cover* (*dance* yang sama dengan idola).

- a. Perilaku *up to date* pada pemberitaan idolanya adalah sebagai suatu kewajiban bagi penggemar, karena rasa penasaran dengan apa yang terjadi pada idolanya, atau kabar idolanya hari ini. Seperti yang di ungkapkan R “*kalo update udah pasti, gw penasaran kalo gak*

ngeliat berita mereka, kayak haus gitu.” Penyimbolan yang di ungkapkan R adalah bentuk perilaku *fanatic* atau menyukai yang berlebihan.

Berita yang di dapat bisa di lihat atau di dapat bisa di peroleh melalui media sosial seperti *facebook, Instagram, youtube* dan media sosial lainnya.

- b. Perilaku membeli barang *merchandise* seperti CD atau album, poster, pin dan aksesoris lainnya, menggambarkan bahwasanya mereka adalah penggemar K-pop. Biasanya barang-barang tersebut di peroleh dengan membeli *online* atau di tempat yang sedang ada even-even Korea Selatan. *Fans muslim* rela menabung demi mendapatkan barang yang dia inginkan. Seperti yang di ungkapkan Storey bahwa penggemar tidak bisa lepas dari konsumsi, konsumsi mengisyaratkan ketidak lengkapan sesuatu yang hilang.¹⁸ “beli barangbarang K-pop mah harus nabung dulu, kallo gak tunggu gajian” F mengungkapkan untuk membeli barang-barang tersebut dia rela untuk menabung atau menggunakan gajinya, kecintaannya membuat motivasi untuk membeli barang-barang tersebut. Menurut Giddens istilah motivasi biasanya

¹⁸ Pakaya. *Persepsi Makassar Korea Lover Terhadap Korea Wave Melalui Media Internet Di Kota Makassar.*(2012). Hlm 55

keinginan actor disadari atau tidak disadari tindakan yang yang berhubungan dengan motivasi tersebut.¹⁹

- c. Perilaku menirukan penampilan idolanya baik dengan *dance cover* atau bernyanyi. *Dance cover* ini bisa dengan melakukannya sendiri atau mengikuti *grupdance cover* di tempat sanggar-sanggar tari atau komunitas tertentu. “kadang nari-nari sendiri, karna kalo dengar lahunya jadi pengen gerak gitu, seolah-olah kita artisnya haha” dari ungkapan W bahwa ketika mendengarkan musik dari lagu *boyband* idolanya, dia sadar mau pu tidak sadar akan ikut menyanyikan atau menarikan tarian yang idolanya lakukan.
- d. Perilaku selanjutnya adalah bergabung dalam komunitas penggemar. Komunitas penggemar ini adalah komunitas yang memiliki kesaman menyukai idola, seperti ELF (*Ever LastingFriend*) dengan identitas *sapphire blue*, VIP, Shawol dan lainnya. Komunitas tersebut biasanya hanya komunitas virtual yang di pertemukan melalui media sosial seperti FB, Twitter dan lainnya. Bahkan di dunia nyata pun mereka melakukan acara sendiri seperti merayakan *universery* dari idolanya, *Igathring* dan lainlain.
- e. Dan kebiasaan perilaku yang tidak bisa lepas dari seorang penggemar adalah mendownload music, konser dan *reality*

¹⁹Ibid

show yang bedarada di internet, bisa itu melalui *youtobe* atau web lainnya. Biasanya penggemar menyaksikan acara MAMA atau Mnet sebuah acara penghargaan music nasional Korea dan Asia.

- f. Dan perilaku menirukan idolanya, seperti cara berpakaian, makeup dan lainnya-lainnya.

Perilaku-perilaku tersebut bagi masyarakat umum melihatnya akan berpersepsi berbeda, dimana penggemar di pandang sebagai kelompok yang norak, alay dan tidak rasional. Asumsi-asumsi ada adalah berdasarkan perilaku-perilaku yang di gambarkan oleh penggemar. Dan menggemari *boyband* korea selatan adalah sebagai hal yang tidak umum, karea tidak sesuai dengan budaya Indonesia. dimana boyband tersebut tampis dengan *colorfull*, memakai makeup selayaknya perempuan dan menimbulkan pandangan *negative* bagi yang melihatnya. Konsep maskulinitas di Indonesia terpatahkan dengan fenomena penggambaran maskulinitas dari *boyband* Korea Selatan. Dan perilaku tersebut merusak tatanan maskulinitas yang ada pada masyarakat Indonesia.