

**PERSEPSI FANS MUSLIMAH PENGGEMAR K-POP TERHADAP  
KONSEP MASKULINITAS BOYBAND KOREA SELATAN  
(STUDI KOMUNITAS KING JOGJA)**

**PERCEPTION OF MUSLIMAH K-POP FANS ABOUT THE  
MASCULINITY CONCEPT OF THE SOUTH KOREA BOYBAND  
(STUDY OF KING COMMUNITY YOGYA)**

**Nama: Misra Suryani Siregar**

**Dosen Pembimbing Skripsi: Twediana Budi Hapsari M.Si,PhD**

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl.Lingkar  
Selatan, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55184  
E-mail: yusrina539@gmail.com  
[Twediana@umy.ac.id](mailto:Twediana@umy.ac.id)*

**ABSTRAK**

*K-pop atau Hallyu adalah gelombang Korea, yaitu fenomena demam mulai dari musik, drama, fashion, makanan dan hal yang berkaitan dengan Korea. Masuknya budaya Korea ke Indonesia berkembang dengan cepat melalui drama-drama seri dan Musik-pop.*

*Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang mana untuk mencari kejelasan dari masalah pada penelitian ini. Nalisis data yang di gunakan adalah menggunakan analisis menurut Bogdan dan Biklen yaitu upaya berjalannya dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang di kelola, mensintetiskannya, mencari pola dan menemukan pola, menemukan apa yang di pelajari dan memutuskan apa yang dapat di ceritakan kepada orang lain.*

*Dalam kajian ini, pada persepsi-persepsi yang di utarakan fans muslimah pada Komunitas King Jogja adalah pada konsep maskulinitas boyband dimana laki-laki memperlihatkan unsur tubuh atau parasnya dan kemampuan suaranya. Dengan demikian persepsi dari para fans mengungkapkan bahwa maskulinitas dari boyband Korea selatan adalah karena sixpack, wajah yang tampan dengan menggunakan makeup, Stylist, mempunyai badan yang tinggi, suara yang bagus, dapat melakukan dance, dapat menggunakan alat musik, dan multitalent. Boyband Korea ini dikenal dengan wajahnya yang tampan dengan menggunakan makeup seperti halnya perempuan yang memperlihatkan wajah mereka terlihat cantik. Dan gaya pakaian yang stylish dan terlihat rapih mau pun keren membuat penggemarnya sangat menyukainya. Persepsi ini timbul karena penerimaan objek melalui media massa mau pun dari teman dekat yang lebih dulu menyukai K-pop.*

**Key-word: Persepsi, Maskulinitas, K-pop**

## **ABSTRACT**

*K-pop or Hallyu is a Korean wave, a phenomenon of increasing popularity of Korean culture ranging from music, drama, fashion, food and things related to Korea. The entry of Korean culture into Indonesia is growing rapidly through series dramas and pop music.*

*This research is a descriptive qualitative research which its aim is to clarify the research problem stated, the perception of Muslimah (Muslim women) K-pop fans about the masculinity concept of the South Korea Boyband. Data analysis in this research refers to Bogdan and Biklen's method which consists of several steps from organizing data, sorting it into units, synthesizing it, finding patterns, finding lesson learned, and deciding what can be told to others.*

*The result of this study shows that masculinity in Muslim women (Muslimah) in King Community Jogja perception is about a man showing his body element or face and quality of his voice. Thus, in the perception of the fans, the masculinity of South Korean boy band is determined by a six-pack abdomen, handsome makeup face, stylish style, tall body, good voice, good dance skill, ability to play musical instruments, and multitalented personality. Korean boy bands are known for handsome makeup face as well as the girl band members showing beautiful of their faces. The styles of their clothes always fashionable, has a unique style, look neat, and loved by audiences. This perception arises because the object acquired through mass media and even from close friends who liked the K-pop first.*

Key-words: Perception, Masculinity, K-pop

## **PENDAHULUAN**

Budaya populer merupakan efek dari fenomena globalisasi. Menurut Anthony Giddens Globalisasi adalah intensifikasi hubungan sosial secara mendunia sehingga menghubungkan kejadian yang terjadi di satu dengan lainnya dan menjadikan perubahan pada keduanya.<sup>1</sup>

Budaya populer saat ini adalah *Korea Music Populer* atau yang biasa disebut K-pop, yaitu sebuah genre musik yang terdiri dari pop, dance, hiphop, R&B, dan *electronic music* yang berasal dari Korea

---

<sup>1</sup> Sugiono Muhadi. Globalisasi, *Global Governance dan Prospek Governance di dunia ketiga*. (Jurnal Vol.8 2005). hlm 250

Selatan. Kepopuleran dari K-pop ini tak terlepas dari daya tarik yang di miliki yaitu *dance* yang enerjik, *lyric* lagu, *style* yang keren, *musik video yang berbeda,, dan arti-artisnya yang tampil rupawan.*<sup>2</sup>

Jika berbicara tentang laki-laki, kita tidak akan lepas dari kata maskulinitas atau sebuah kata sifat atau konsep gender yang berhubungan dengan peran sosial atau pun perilaku laki-laki. Konsep maskulinitas ini juga salah satu pengaruhnya melalui budaya yang di konstruksi dan di sebarakan melalui media kedalam masyarakat. Budaya yang telah mempengaruhi dunia saat ini adalah K-pop atau *Hallyu*. Indonesia menjadi salah satu negara yang terkena pengaruh dari Kpop.

Saat ini yang sangat berpengaruh di Indonesia adalah musik pop dari negeri ginseng tersebut. Yaitu yang didominasi oleh *boyband* dan *girlband* yang beranggotakan laki-laki dan perempuan yang maskulin, *imut* dan unik. Beberapa *boyband* yang memiliki banyak penggemar di Indonesia seperti Super Junior, TVXQ, BigBang, BTS, SNSD Shinee dan BlackPink. Para penggemar bahkan meniru dari artis-artis yang mereka idolakan, mulai dari berpakaian, *makeup*, bahkan mempelajari bahasa dan lebih menyukai makanan Korea Selatan.

Komunitas King Jogja adalah salah satu komunitas pecinta K-pop yang ada di Yogyakarta. Komunitas ini awal terbentuknya adalah dari salah satu orang korea yang datang ke Indonesia pada tahun 2008 untuk belajar bahasa Indonesia di Jakarta, namun komunitas ini berkembang pesat ke beberapa daerah di Indonesia seperti Medan, Palembang, Padang, Jakarta, Bandung, Malang, Bali dan salah satunya Yogyakarta.<sup>3</sup> Kegiatan yang berada komunitas tersebut yaitu *gathering*, belajar bahasa Korea, *sharing* pengalaman yang sudah pernah ke Korean, *outbond*, karaoke,

---

<sup>2</sup> Kaparang, Olivia M. *Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi.* ( Jurnal "acta Diurna" Vol.2.2013).hlm 7

<sup>3</sup> Wawancara dengan ketua dari komunitas King Yogyakarta, 3 November 2017 melalui telepon.

mengikuti even-even yang berhubungan dengan korea, menonton film korea di bioskop.

Pendiri dari komunitas King ini setiap 3 bulan sekali akan datang dari korea ke Indonesia untuk acara *gathering* atau pertemuan dan setiap pertemuan pasti akan ada member baru yang ikut komunitas ini. Untuk orang yang ingin ikut di komunitas ini harus mengikuti *gathing* terlebih dahulu agar dapat di anggap menjadi member King Yogya.

*Fans* muslimah dari King Jogja tidak akan lepas dari para *boyband* Korea. Mereka memiliki Idol-idol yang sangat mereka sukai seperti Super Junior, Bigbang, EXO, BTS, CNBlue, Shinee. Bahkan mereka mempunyai nama fans atau di sebut *fandom* seperti Super Junior di sebut ELF, Bigbang di sebut VIP, EXO di sebut Exo-L, BTS di sebut Army, CNBlue di sebut, Shinee disebut Shawol. Dari nama-nama fans ini menjadikan komunitas setiap daerah di Indonesia bahkan tidak hanya di Indonesia tapi di dunia.

Salah satu yang jadi daya tarik mereka oleh *Boyband* tersebut adalah sisi maskulinitas yang menjadikan penggemar sangat mengidolakan mereka. Penggemar K-pop atau biasa disebut K-popers sangat antusias terhadap idolanya. Terutama penggemar wanita yang menganggap idolanya adalah segalanya, seperti mencari tahu semua informasi tentang Idol, rela menunggu di *Air Port*, memberi kado atau hadiah, membeli album atau aksesoris yang berhubungan dengan Idol mereka, bahkan mengikuti gaya berpakaian dan lebih menyukai makan makanan korea. Termasuk dengan *fans* muslimah, tidak jauh beda dengan apa yang di lakukan penggemar wanita yang lain.

*Fans* muslimah berarti menggambarkan sosok seorang wanita dengan berpakaian tertutup atau sopan dengan di baluti hijab dikepalanya. Ini menjadi gambaran bahwa wanita tersebut akan membuat batasan-batasan akan kaum laki-laki yang bukan *muhrimnya*. Tetapi dalam fenomena yang terjadi pun banyak *fans* muslimah yang melakukan hal sama dengan *fans* yang lain.

Ada pun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (a) Mengetahui persepsi fans muslimah terhadap konsep maskulinitas *boyband* Korea Selatan (b) Mengetahui persepsi fans muslimah terhadap konsep maskulinitas *boyband* Korea Selatan di pandang dari sudut nilai-nilai Islam (c) Mengetahui pengaruh perilaku dari persepsi *fans* muslim terhadap konsep maskulinitas *boyband* Korea Selatan. Sedangkan penelitian sejenis ini telah di lakukan oleh Dea dkk.<sup>4</sup> Penelitian tersebut bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh Korea Wave atau K-pop tentang *Fan Idol Korea* Fiksi anak, cerita fiksi yang terdapat dari media sosial dengan konten seksual yang ada di dalamnya. Dalam penelitian ini membahas tentang hubungan *Korea Idol Fan Fiction* dengan anak-anak berperilaku seksual. Dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan Dea dkk dalah fokus terhadap pengaruh dari Korea Wave atau K-pop ttentang *fans* cerita fiksi yang terdapat di media sosial. Peperbedaan penelitian ynag di lakukan peneliti adalah fokus terhadap persepsi, pengaruh dan lokasi penelitian.

### **TEORI S-O-R (*Stimulus-Organisem-Response*)**

Teori S-O-R yang pertamakali di kemukakan oleh Hovland, et.al tahun 1953 yang beranggapan bahwa perubahan sikap serupa halnya dengan belajar, dan dalam belajar ada tiga hal yang harus di kethui yaitu perhatian, pengertian dan pemahaman. teori S-O-R yaitu singkatan dari stimulus-organism-response. teori ini berasal dari psikologi. objek material dari psikolog dan ilmu komunikasi sama-sama manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, prilaku, kognisi afeksi dan konasi. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.

---

<sup>4</sup>Maria. *Persepsi Perempuan tentang Tayangan Drama Romantis Korea Di Indosiar*.2013

Ada beberapa unsur dalam teori S-O-R yaitu: (S) Stimulus , yaitu berupa rangsangan yang di dalamnya mengandung pesan atau pun gagasan. (O) Organism, yaitu orang yang menjadi objek terkena stimulus (R) Respons, yaitu efek yang terjadi akibat dari stimulus tersebut.<sup>5</sup>

## KONSEP MASKULINITAS

Berbicara mengenai maskulinitas tentu tak bisa lepas dari pembicaraan gender. Gender berbeda dengan jenis kelamin. Jenis kelamin dianggap konstruksi biologis yang di bawa setiap individu sesuai dengan kodratnya sejak di lahirkan. Sedangkan gender adalah konstruksi sosial dan budaya. Ini di bentuk melalui proses panjang dalam kehidupan berbudaya, oleh karena itu gender bersifat dinamis.<sup>6</sup>

Menurut Jewitt C maskulinitas adalah suatu image kejantanan, ketangkasan, keperkasaan, keberanian untuk menantang bahaya, keuletan, keteguhan hati, hingga keringat yang menetes, otot laki-laki yang menyembul atau bagian tubuh tertentu dari kekuatan daya tarik laki-laki yang terlihat secara eksterinsik. Maskulinitas sendiri selain merupakan konsep yang terbuka pada dasarnya bukan merupakan identitas yang tetap dan *monolitis* yang dipisahkan dari pengaruh ras, kelas dan budaya melainkan dalam sebuah jarak (*range*) identitas yang kontradiktif.<sup>7</sup>

Dalam Era Baru saat ini yang konsep maskulinitas pada Korea selatan yang di kenal saat ini dengan Maskulinitas New Man yang mana menggambarkan seperti: (a) Memiliki wajah tampan atau cakep (b) Memiliki badan berotot dan perut yang *sixpack* (c) Memiliki tubuh yang tinggi (d) Menggunakan *makeup* (e) Berkemampuan dalam bernyanyi rap, *beatboxing*, Hiphop, dan lainnya (f) Wajah yang tidak menggunakan

---

<sup>5</sup> Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*(Bandung:PT Rosdakarya, 2007)hlm 49-67

<sup>6</sup>Girsang, Romi comando. *Maskulinitas Dalam Iklan televisi*.(pdf 12738-30704-1-PB)

<sup>7</sup> Jewitt, C. "Images of Men: Male Sexuality in Sexual Health Leaflets and Posters for Young People", dalam <http://www.socresonline/2/2/6.html>. Dikutip kembali oleh Kurnia, Novi. 2004. Representasi Maskulinitas dalam Iklan pada jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Skripsi.

kumis mau pun jenggot (g) Perawatan tubuh atau wajah dengan produk kosmetik bahkan dengan oprasi pelastik.

## **DEWASA AWAL**

Dewasa berasal dari kata kerja latin yang berarti menjadi tumbuh dewasa. Dewasa adalah seseorang yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima kedudukannya di dalam masyarakat bersama orang dewasa lainnya.<sup>8</sup>

Dewasa awal atau muda adalah masa di mana mulainya transisi secara fisik, intelektual, dan juga peran sosial. Perkembangan sosial pada dewasa awal adalah puncak pada perkembangan sosial dewasa, yang memandang egosentris menjadi sikap empati.

Hurlock mengungkapkan Masa dewasa ini di mulai dari 18 tahun sampai kira-kira 40 tahun. Dan secara umumnya yang tergolong dewasa awal adalah yang berumur 20-40 tahun.<sup>9</sup>

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memiliki ruang lingkup di antaranya adalah gambaran komunitas King Jogja, Analisis yang di gunakan untuk menganalisis persepsi *fans* muslimah, dan pengaruh yang terjadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena dilakukan di lapangan dan adanya proses pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Sehingga penelitian ini akan memperoleh informasi yang penting untuk di kaji dari data yang telah di peroleh. Analisis data menurut Bogdan dan Biklen adalah upaya berjalannya dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang di kelola, mensintetiskannya, mencari pola dan menemukan pola, menemukan apa

---

<sup>8</sup> *Ibid* Hlm 17

<sup>9</sup> *Ibid*

yang di pelajari dan memutuskan apa yang dapat di ceritakan kepada orang lain.<sup>10</sup>

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **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 Jogya ini, dan jadilah komunitas King Jogya. 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.

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*.

### **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. Hasil dari wawancara peneliti kepada subjek:

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

<b>Nama</b>	<b>Umur</b>	<b>Awal kenal K-pop</b>	<b>Persepsi</b>
CW	28	2015	“ kalo menurutku mereka itu keren apalagi suaranya bagus banget, b kagum ngeliatnya”
R	20	2010	“ kamu taulah Super junior itu se member-membarnya, konyolnya p ganteng dan gak Jaim (jaga Image) buat aku suka banget sama S
RV	25	2009	“aku tuh suka banget sama merek mereka <i>multitalented</i> dan kalo di atau pun di acara Reality Show I banget jadi lucu, gak sok jaga I
MA	22	2009	“mereka tuh alay terus kalo di rea seru dan gak Jaim, gak alay terus lagunya meaning full dan multital
E	27	2011	“karna aku Cuma suka Bigbar persepsiku buat mereka, mereka k dan kalo udah manggung peceh, semangat keren abis dah.

PR	33	2009	“mereka itu, menurut aku keren , cerdas lagi, all around package yang kagum dan ngfans banget ama n
SN	28	2005	“mereka itu, menurut aku keren , cerdas lagi, all around package yang kagum dan ngfans banget ama n
W	21	2011	“aku suka mereka karena musiknya dan prestasi yang mereka ra
NU	40	2015	“aku kagum sama mreka yang pek dan bersungguh-sunggu dalam ka
F	29	2008	“mereka tuh multitalent trus pinter lagu mereka itu menginspirasi ba menghibur.”

## 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.<sup>11</sup>

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.<sup>12</sup>

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*

<sup>11</sup>Ibid

<sup>12</sup>Efendy, Onong UchaJana.*Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti, bandung/2003. Hlm 220

*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) .”*<sup>13</sup>

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”<sup>14</sup>

Dari penuturan CW, bahwa ketertarikan itu timbul karena langsung menyaksikan apa yang berada di tempat atau di negara Ginseng, dan menimbulkan persepsi tersendiri baginya 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”<sup>15</sup>

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 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.”<sup>16</sup> “Ya setelah di kenalin temen itu, aku jadi penasaran aja gimana sih boyband Korea itu, aku nyari di internet gak di

---

<sup>13</sup> Wawancara narasumber Ratna 23 Maret 2018

<sup>14</sup> Wawancara narasumber Cristal 23 Maret 2018

<sup>15</sup> Wawancara narasumber Olivia 23 Maret 2018

<sup>16</sup> Wawancara narasumber Fitri 25 Maret 2018

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.”<sup>17</sup>

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 setelah mengetahui informasi yang dia dapatkan, dia selalu *update* (tahu dengan cepat) tentang idolanya, mulai dari musik, drama dimana idolanya yang membintangi.

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.

### **Analisis terhadap Persepsi maskulinitas *boyband* Korea Selatan dan pengaruh perilaku**

---

<sup>17</sup> Wawancara narasumber Prita 25 maret 2018

*Boyband* sebagai sebuah fenomena yang banyak mncuri perhatian masyarakat di dunia. Daya tarik*boyband* yang banyak orangn terobsesi bahkan menggilainya. Fenomena tersebut tanpa disadari muncul kepada kita sebagai pengalaman indrawi yang berkesinambungan yang di terimamelalui 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 tergambarkan adalah sesosok 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 hannya pada Korea Selatan, namun juga kepada banyak orang di berbagai belahan dunia.

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

*Boyband* adalah kumpulan penyanyi pria yang beranggotakan minimal tiga orang, dengan menyanyi (rap, *beatboxing*, hiphop danlainnya) 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.”<sup>18</sup> 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-memberinya, konyolnya pake banget ganteng dan gak Jaim (jaga *Image*) itu yang buat aku suka banget sama Suju”<sup>19</sup> keterbukaan dan cara menghibur 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 Bigbang jadi persepsiku buat mereka, mereka kece baday dan kalo udah manggung peceh, jadi seru semangat keren abis dah.”<sup>20</sup>

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

---

<sup>18</sup> Wawancara 23 Maret 2018

<sup>19</sup> Wawancara 23 Maret 2018

<sup>20</sup> Wawancara 23 Maret 2018

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-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 mengurus rekening tabungan untuk perawatan wajah dan tubuh yaitu salah satunya dengan oprasi pelastik 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 perawatan 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) Baik Agamanya (b) Pengayom dan menyantun”*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*"<sup>21</sup> (d) Berwibawa dan pemurah (e) Tegas memimpin namun lemah lembut (f) Kuat pendirian namun memiliki prinsip hidup (g) Penyabar dan pemaaf (h) Amanah (i) Mendidik (j) Berakhlak baik.

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).

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.

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.<sup>22</sup> "beli barangbarang K-pop mah harus nabung dulu, kallo gak tunggu gajian" F mengungkapkan untuk membeli bara-barang tersebut dia

---

<sup>21</sup> [www.laki-lakisholehmenurutIslam.com](http://www.laki-lakisholehmenurutIslam.com) yang di publikasikan pada tgl3 febuari 2018

<sup>22</sup> Pakaya. *Persepsi Makassar Korea Lover Terhadap Korea Wave Melalui Media Internet Di Kota Makassar.*(2012). Hlm 55



rela untuk menabung atau menggunakan gajinya, kecintaannya membuat motivasi untuk membeli barang-barang tersebut. Menurut Giddens istilah motivasi biasanya keinginan actor disadari atau tidak disadari tindakan yang yang berhubungan dengan motivasi tersebut.<sup>23</sup>

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.

Dan kebiasaan perilaku yang tidak bisa lepas dari seorang penggemar adalah mendownload music, konser dan *reality show* yang bedarada di internet, bisa itu melalui *youtobe* atau web 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.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian di atas dapat di simpulkan bahwasanya, persepsi para *fans* muslimah penggemar K-pop terhadap konsep maskulinitas pada

---

<sup>23</sup>Ibid

*boyband* Korea Selatan adalah dari ketampanan dan kemampuan dalam bernyanyi atau musik rap, *beatboxing*, Hiphop dan koreografi pada *dance* saat tampil di panggung mau pun pada video MV, Memiliki badan berotot dan perut yang sixpack Memiliki tubuh yang tinggi Menggunakan *makeup*

Menurut Islam maskulinitas seperti: : (a) Baik Agamanya (b) Pengayom dan menyantun”*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”* (d) Berwibawa dan pemurah (e) Tegas memimpin namun lemah lembut (f) Kuat pendirian namun memiliki prinsip hidup (g) Penyabar dan pemaaf (h) Amanah (i) Mendidik (j) Berakhlak baik.

Dari pengaruh persepsi yang di timbulkan oleh K-pop seperti halnya 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), mendownload music, konser dan *reality show*, Update dengan kabar idolanya, dan begaya seperti idolanya.

## **SARAN**

Seperti dalam Al-Quran dan Hadits ,alangkah baiknya jika kita menyukai sesuatu sekedar saja. Karena Allah pun tak menyukai sesuatu yang berlebih lebihan. Utamakan Cinta akan kepada Allah dan Rasulullah, begitu pula dengan kedua orang tua dan saudara lebih baik dari pada menyukai orang-orang yang belum tentu mengenal kita.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Eliyyil.2015.*Ta'aruf dalam Khitbah Perspektif Syafi'I dan Ja'fari*. Musawa: STAIN Gajah Putih, takengon
- Al-Qur'an. 2007. Bogor : Syamil Al-Qur'an
- Barokah, Sabar. 2016. Purwokerto: *Pacaran Dan Ta'aruf Menuju Pernikahan Dalam Pandangan Hukum Islam*, Purwokerto: Institut Agama Islam Negri.
- Efendy, Onong UchaJana.2003.*Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti, bandung
- Fitri, Annisa. 2015. *Fandom dan Media*.Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Hurlock, E. B.. 1994.*Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*.Jakarta : Erlangga.
- Indrayani, Wiwit. 2016. *Perilaku Berpacaran pada Remaja*, Pekanbaru: Universitas Riau
- Izzati, Amalia. 2013. *Analisis Pengaruh Musik korea Populer Terhadap Gaya Hidup di kalangan Remaja*. Depok: Universitas Indonesia
- Koentjaraningrat.2004. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*.Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Kurniawati, Novie. 2012. *Perilaku Berpacaran pada Remaja Madya*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- www.laki-lakisholehmenurutIslam.com yang di publikasikan pada tgl 3 febuari 2018
- Pakaya. 2012 *Persepsi Makassar Korea Lover Terhadap Korea Wave Melalui Media Internet Di Kota Makasar*.