

Analisis Resepsi SM Stan Terhadap Maskulinitas pada Musik Video ENHYPEN Paradoxxx Invasion di Youtube

¹Lituhayu Sukma Garini, ²Merry Fridha Tri Palupi, ³Irmasanthi Danadharta

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

hayhayasukma7386@gmail.com

Abstract

The diversity of information means that South Korea can easily introduce its culture to the rest of the world. The Korean wave is a phenomenon in Asia that is related to the widespread trend of South Korean pop culture products which include boy and girl groups often called K-pop idols. The increasingly widespread K-pop entertainment industry has caused South Korea to become a fashion mecca for several groups, especially young people. One of the KPOP idols who is currently popular is ENHYPEN, which is a Korean idol group consisting of 7 people whose presence in the concept of fashion is increasingly developing, especially in terms of how a man wears his clothes. This research focuses on their representation in the Paradoxxx Invasion MV which shows that men can wear cheerful garments without having to lose a man's masculinity. So this research uses an analysis of Stuart Hall's reception through an encoding-decoding process on SM Stan's reception of the MV Paradoxxx Invasion that is displayed. The research found one dominant informant who agreed that the music video was in the masculine category, five negotiating informants with the same opinion that the music video was in the soft masculine category, and one opposition informant who rejected the music video as being in the masculine category.

Keywords: Reception Analysis, Masculinity, Kpop, SM Stan, Youtube

Abstrak

Keberagaman informasi membuat Negara Korea Selatan dapat dengan mudah memperkenalkan budaya mereka ke seluruh dunia. *Korean wave* merupakan salah satu fenomena diasia yang berkaitan dengan meluasnya trend produk-produk budaya pop Korea Selatan yang meliputi *boy dan girl group* atau sering di sebut dengan *Idol Kpop*. Industri hiburan Kpop yang semakin meluas ini menyebabkan Korea Selatan menjadi kiblat fashion pada beberapa kalangan terutama kalangan anak muda. Salah satu Idol KPOP yang sedang digandrungi ialah ENHYPEN yang merupakan grup *idol* Korea beranggotakan 7 orang dengan keberadaan mereka terhadap konsep fashion semakin berkembang terutama pada pandangan bagaimana seorang laki-laki menggunakan pakaiannya. Penelitian ini berfokus pada representasi mereka dalam MV Paradoxxx Invasion yang memperlihatkan bahwa laki-laki dapat menggunakan pakaian cheerful tanpa harus menghilangkan maskulinitas pada seorang laki-laki. Sehingga penelitian ini menggunakan analisis resepsi Stuart Hall melalui proses encoding-decoding pada penerimaan SM Stan terhadap MV Paradoxxx Invasion yang ditampilkan. Hasil penelitian ditemukan satu informan dominan yang sepakat bahwa musik video tersebut masuk dalam kategori maskulin, lima informan negosiasi yang memiliki kesamaan pendapat bahwa musik video tersebut termasuk dalam kategori soft maskulin dan satu informan oposisi yang menolak musik video tersebut masuk dalam kategori maskulin.

Kata kunci: Analisis Resepsi, Maskulinitas, Kpop, SM Stan, Youtube

Pendahuluan

Dampak positif dari perkembangan teknologi informasi seperti contohnya adalah semakin memudahkan seseorang dalam berkomunikasi (Fridha & Octavianti, 2016). Kemudahan informasi ini membuat keberagaman informasi antar negara ini membuat negara Korea Selatan atau yang sering di sebut dengan Korsel ini dapat dengan mudah memperkenalkan dan mengembangkan budaya mereka kepada khalayak diseluruh dunia. *Korean Wave* merupakan salah satu fenomena di Asia yang berkaitan dengan meluasnya trend produk-produk budaya pop Korea Selatan, seperti drama Korea, tayangan televisi, film, musik, makanan, dan fashion. Dalam produksi budaya pop transnasional, Korea Selatan muncul sebagai pemain baru (Nahdiyah Wahyuningtyas & Dwi Agustiana, 2020). *Trend K-Pop* ini secara jelas berkaitan dengan seni musik yang dihasilkan dari para *idol group boyband* dan *girlband*. Agensi besar di Korea selatan seperti SM, YG, JYP, HYPE Entertainment mendebutkan *idol group* yang membuat K-Pop semakin di kenal luas dengan keanekaragam konsep dan karakter dari masing-masing *idol group*. Seperti halnya Hype Entertainment yang selalu memperhatikan setiap detail dari konsep video, tema, make up, wardrobe, hingga tempat yang dijadikan untuk latar musik video tersebut. Pada Musik Video K-Pop tak jarang mempresentasikan gender dalam penayangan musik video.

Dimana dalam video musik tersebut gender sendiri tak hanya masuk dalam pemaknaan fisik seorang perempuan dan laki-laki. Gender yang beredar dimasyarakat umumnya ialah tentang hubungan antara laki-laki dengan sifat kelaki-lakiannya ataupun sebaliknya (Danadharta & Rusmana, 2023). Masyarakat menciptakan sebutan perbedaan antara perempuan dan laki-laki dalam segi non-biologis yang kerap disebut dengan gender. karena gender berfokus pada aspek perubahan budaya, lingkungan, psikologis dan aspek non-biologis lainnya. gender lebih menekankan pada perkembangan maskulinitas dan feminitas (Angioni et al., 2021). Pada hal ini laki-laki dianggap sebagai laki-laki yang maskulin ketika telah memenuhi kriteria maskulinitas menurut pandangan masyarakat itu sendiri. Namun seiring berkembangnya budaya yang masuk, makna dari pada maskulinitas yang berdasarkan oleh masyarakat ini perlahan bergeser.

Salah satu diantaranya dalah *boy group* ENHYPEN yang merupakan grup yang memiliki personil yang memiliki postur tubuh yang gagah, sifat yang bisa dikatakan cukup menarik serta lucu, dan didukung dengan wajah tampan namun juga cantik dengan riasan. *Boy group* yang di bentuk oleh Belift Lab (kolaborasi HYPE Corporation dan CJ E&M) melalui acara survival berjudul *I-Land* di *Mnet* pada tahun 2020. Pada tahun 2022 ENHYPEN kembali dengan merilis musik video berjudul *Paradoxxx Invasion*. Dalam musik video ini ENHYPEN menampilkan pesona muda dan semangat dengan gaya tampilan yang fresh dan asik dalam tampilan video musik tersebut. Mereka menggunakan style yang cukup berani dan menarik dengan tambahan riasan yang terlihat fresh serta memberikan efek charming pada musik video tersebut. Dengan konsep dan tampilan musik video *Paradoxxx invasion* yang cukup terkesan menarik dan fresh ini membuat peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut penelitian ini bersama SM Stan. Dimana SM Stan sendiri merupakan fans atau stan grup dari agensi lain. Peneliti memilih SM Stan karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pandangan fans dari agensi lain terkait konsep yang ada pada agensi HYPE Entertainment ini. Penelitian ini

dianggap penting karena masih tidak banyak penelitian yang membahas resepsi fans dari agensi lain terhadap maskulinitas boy group ENHYPEN sebagai fokus pembahasannya.

Penelitian yang peneliti tulis ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall. Analisis resepsi menurut Stuart Hall bermula dengan lahirnya konsep *encoding decoding*. Dijelaskan bahwa resepsi analisis merupakan proses pembuatan pesan yang menggunakan sebuah kode (*encoding*), serta proses penerimaan dan pemaknaan kode tersebut (*decoding*). Hasil dari penerimaan dan pemaknaan tersebut akan menentukan hasil dari tipe penerimaan pesan, hasil penerimaan pesan menurut Stuart Hall terbagi menjadi 3 tipe yang akan diberikan oleh audiens, yakni tipe dominan, negosiasi, dan oposisional. Metode ini dijadikan pilihan karena sesuai dengan bagaimana audiens memilih dan menentukan pemaknaannya sesuai dengan latar belakang pemikirannya sendiri.

Beberapa penelitian terdahulu seperti, penelitian dari Qonitah Az-zahra Fatoni (2022) yang menganalisis tentang resepsi khalayak terhadap maskulinitas dalam musik video *NCT U : BOSS* dan *Make A Wish*. Dimana hasil dalam penelitian tersebut ditemukan tiga pengelompokan dalam penerimaan pesan khalayak terhadap video musik tersebut. Salah satu penelitian lainnya adalah penelitian dari Thresna Suci Setyaningrum (2021) yang menganalisis tentang resepsi EXO-L Jogja terhadap maskulinitas exo dalam musik video *Obsession*. Dimana hasil pada penelitian tersebut ditemukan dua pembagian tipe penerima pesan terhadap pesan yang disampaikan dalam musik video tersebut. Setelah melihat dan membaca beberapa penelitian terdahulu peneliti tertarik untuk meneliti terkait bagaimana resepsi maskulinitas terhadap musik video boy group ENHYPEN yang berjudul *Paradoxx invasion* ini. Selain itu setelah melihat penelitian terdahulu belum di temukan penelitian yang menggunakan fans dari agensi lain sebagai narasumber. Maka hal tersebut merupakan pembaharuan dalam hasil pembahasan penelitian kali ini.

Metode Penelitian

Pada penelitian kali ini peneliti memilih untuk menggunakan metode penelitian kualitatif dimana pada metode ini diketahui memiliki tujuan yakni, untuk memahami serta menjelaskan sebuah fenomena sosial ataupun perilaku yang terjadi pada lingkungan sekitar. Maka dari itu peneliti memilih menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna resepsi dari berbagai individu dalam melihat sebuah musik video yang memiliki tema dan karakteristik visual yang berbeda-beda. Dimana dalam penelitian ini individu memiliki latar belakang yang sama yakni K-Popers atau penggemar K-Pop tetapi dari fandom atau fans agensi yang berbeda. Untuk mengetahui makna dari penerimaan pesan yang diberikan oleh audiens, dalam penelitian yang berbasis analisis resepsi peneliti dapat mengetahui makna penerimaan tersebut dengan melewati proses yang disebut dengan *encoding decoding*.

Hasil dan Pembahasan

Dalam proses FGD peneliti membagi dua jenis pertanyaan meliputi pembahasan dasarnya yaitu terkait maskulinitas seorang idol Kpop dan dilanjut terkait bagaimana maskulinitas pada musik video ENHYPEN *Paradoxx Invasion* di Youtube. Hal itu dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui latar belakang yang akan membentuk resepsi dan pemaknaan

informan terhadap maskulinitas pada musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion. Ketujuh informan memiliki kesamaan yaitu mereka adalah K-Popers yang juga SM Stan namun memiliki perbedaan pendapat terkait maskulinitas pada musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion. Peneliti mengambil garis besar bahwa latar belakang keluarga serta latar belakang pendidikan sedikit banyak mempengaruhi resepsi dan pemaknaan informan terkait maskulinitas idol K-Pop terlebih pada musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion.

Dalam sesi topik maskulinitas idol K-Pop, terdapat enam dari tujuh informan mempunyai pendapat yang sama bahwa, standarisasi maskulinitas idol kpop sangat berbeda dengan standarisasi maskulinitas pada normatif umumnya. Resepsi dari keenam informan tersebut sedikit bertolak belakang dengan pandangan mereka terhadap maskulinitas sebelumnya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan mayoritas informan merasa bahwa standart maskulin untuk seorang idol kpop berbeda dikarenakan penggunaan riasan atau pakaian tersebut merupakan sebuah penunjang untuk penampilan mereka diatas panggung. Namun satu dari tujuh informan merasa bahwa penggunaan riasan itu tidak terlalu di perlukan. Menurut informan yang satu ini para idol kpop lebih terlihat maskulin jika mereka tidak menggunakan riasan yang berlebihan.

Melalui sesi maskulinitas idol K-Pop ini peneliti mendapat peluang untuk menggali bagaimana latar belakang para informan yang dapat dijadikan acuan yang membentuk resepsi dan pemaknaan para informan terkait maskulinitas yang para informan lihat dan terima. Bahwa terdapat enam informan yang lingkungannya masih tergolong dalam maskulinitas tradisional namun memiliki pendapat yang berbeda-beda, sedangkan satu informan lagi hidup dalam latar belakang lingkungan yang tergolong dalam maskulinitas modern.

Lalu dalam sesi maskulinitas pada musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion. Peneliti mengambil garis besar dari penjelasan penjelasan mayoritas informan yang mengutarakan bahwasannya riasan dan konsep dari musik video tersebut termasuk dalam kategori soft maskulin. Dengan satu informan yang sepakat bahwa musik video tersebut masih dapat dikatakan maskulin secara konsep maupun penggunaan riasan membebernya. Sedangkan satu informan lagi beranggapan bahwa penggunaan riasan dan juga konsep dari musik video tersebut kurang maskulin karena terlalu mencolok.

Hasil dilapangan terhadap maskulinitas pada musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion, terdapat satu informan yang berada pada posisi dominan yang dengan tegas memberikan pendapatnya bahwa konsep musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion termasuk dalam kategori maskulin. Selain itu hal ini juga di tunjukan dengan ekspresi serius pada saat informan menyampaikan pendapat mengenai konsep pada musik video Paradoxxx Invasion yang menurut ia masih dalam kategori maskulin. Memiliki ketertarikan pada dunia K-Pop sejak masih berada di bangku sekolah dasar dan tumbuh dalam latar belakang keluarga yang tidak mengklasifikasikan gender berdasarkan kontruksi sosial yang berlaku dimasyarakat sehingga dirinya memegang teguh prinsip bawasannya gender dan sex berbeda. Penampilan modis, penggunaan riasan make up, dan penampilan fisik yang terlihat terawat dianggap sebagai nilai keindahan dan penambah daya tarik bagi para penggemar (Rahmadani, 2016). Hal tersebutlah yang menyebabkan dirinya mampu membedakan antara keduanya dan dapat berada pada posisi dominan ini.

Dalam penelitian ini terdapat lima informan yang memiliki kesamaan pendapat bahwasannya musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion termasuk dalam kategori soft maskulin. Kelima informan ini cenderung menerima namun memiliki pendapat masing-masing sehingga masuk pada kategori negosiasi. Hal tersebut juga dilatar belakangi oleh latar belakang lingkungan keluarga kelima informan yang mayoritas masih menganut maskulinitas tradisional. Namun hal tersebut di patahkan dengan latar belakang lingkungan pendidikan kelima informan ini. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menunjukkan bahwa keluarga dengan maskulinitas tradisional cenderung mempertahankan pandangan konservatif tentang peran gender (Hasyim, 2017). Kelima informan yang sepakat bahwa fashion ataupun konsep yang digunakan oleh member ENHYPEN pada musik video tersebut mencolok namun masih dalam batas wajar atau masuk dalam kategori soft maskulin.

lalu satu informan yang lebih condong terhadap pembentukan pikirannya sendiri tentang apa yang mereka lihat dan menolak bahwa musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion ini termasuk dalam kategori maskulin. Sehingga dari hal tersebut mengakibatkan satu informan ini masuk dalam kategori oposisi dimana dalam posisi ini, audiensi menolak makna pesan yang dimaksudkan atau disukai media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media. Konsep maskulinitas berdasarkan ciri penampilan fisik atau atribut yang menjelaskan bahwa laki-laki dapat dikatakan maskulin apabila tidak menggunakan atau bersinggungan dengan barang perempuan serta dapat menghindari perilaku seperti perempuan (Permadi & Kusuma, 2024). Tumbuh dalam lingkungan yang mayoritas menganggap bahwa laki-laki yang menggunakan riasan dan berpakaian secara berlebihan cenderung dianggap melambai ini menjadi salah satu faktor utama informan menolak bahwa musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion ini termasuk dalam kategori maskulin.

Penutup

Dalam proses *decoding* menghasilkan resepsi SM Stan terhadap maskulinitas pada musik video ENHYPEN Paradoxxx Invasion. Latar belakang lingkungan Mayoritas informan berada pada posisi negosiasi. Rata-rata informan yang berpartisipasi dalam FGD telah memahami terkait maskulinitas. Hal ini juga termasuk dalam bagaimana informan memandang seorang idol kpop pada media sosial yang menilai dan menerima bahwa laki-laki tidak harus sesuai dengan stereotipe masyarakat bahwa laki-laki harus berperilaku maskulin dan tidak bebas mengekspresikan diri. Namun tetap pada batasannya, dalam arti tidak berperilaku atau bersikap terlalu feminin. Partisipan FGD merespon bahwa laki-laki utamanya idol kpop juga dapat bebas untuk mengekspresikan diri. Terdapat satu informan yang termasuk pada posisi dominan dan menganggap bahwa maskulinitas idol kpop tidak bisa di nilai dari gaya berfashion atau riasan mereka. Hal tersebut dikarenakan riasan atau fashion yang dikenakan oleh idol kpop tersebut merupakan bahan untuk menunjang penampilan visual mereka. Pada penelitian ini juga terdapat satu informan yang termasuk dalam posisi oposisi dan menganggap bahwa sejatinya laki-laki memang harus berada pada posisi maskulin. Informan tersebut merespon bahwa penggunaan riasan dan gaya fashion yang terlalu berlebihan membuat sisi maskulinitas pada laki-laki berkurang.

Daftar Pustaka

- Danadharta, I., & Rusmana, D. S. A. (2023). Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Mengenai Komunikasi Gender. *KESATRIA: Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer & Manajemen)*, 4(3), 574–588. <https://tunasbangsa.ac.id/pkm/index.php/kesatria/article/view/206/205>
- Fridha, M., & Octavianti, M. (2016). Konstruksi Makna Kencan Di Situs Pencarian Jodoh Tinder (Studi Fenomenologi Pada Pria Pengguna Tinder Di Jakarta). *Jurnal Nomosleca*, 2(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v2i2.625>
- Hasyim, N. (2017). Kajian maskulinitas dan masa depan kajian gender dan pembangunan di Indonesia. *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 1(1), 65-78.
- Mineri, N. C., & Purnomo, A. R. P. (2023). Hallyu Wave Di Indonesia: Penerimaan Khalayak Terhadap Brand Ambassador Idol K-Pop Di Indonesia. *Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 54. <https://doi.org/10.35842/massive.v3i1.79>
- Nahdiyah Wahyuningtyas, V., & Dwi Agustiana, N. (2020). Resepsi Mahasiswa Terhadap Maskulinitas Melalui Fashion Idol Kpop (Studi Deskriptif Kualitatif Maskulinitas Pada Fashion Yang Ditampilkan Dalam Music Video BTS “No More Dream” dan “Boy With Luv”). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 2(1), 32–47. <https://doi.org/10.31599/komaskam.v2i1.3206>
- Permadi, W., & Kusuma, A. (2024). Maskulinitas pada Iklan Kosmetik “Dear Me Beauty.” *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2200–2207. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3505>
- Rahmadani, A. (2016). *Resepsi Maskulinitas Pada Mv “Make a Wish” (Birthday Song) Di Kalangan Kpopers*. 4(1), 1–23.
- Riskiy, S. R., & Hapsari, R. (2022). Interpretasi Maskulinitas Pada Iklan Skincare Pria (Studi Resepsi Stuart Hall pada Khalayak Pria). *BroadComm*, 4(1), 45-56.
- Setyaningrum, T. S. (2021). Resepsi Exo L Jogja Terhadap Maskulinitas Exo Dalam Musik Video Obsession.
- Surati, S. (2023). *Analisis Resepsi Konsumen Terhadap Brand Ambassador Exo Dan Positioning Produk Dalam Meningkatkan Brand Image Scarlett Whitening* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).