

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandangan konvensional masih mewarnai kehidupan masyarakat hingga saat ini dengan anggapan bahwa maskulinitas lebih unggul daripada feminitas. Terutama di dalam masyarakat yang berpegang pada sistem budaya patriarki, laki-laki secara kultural dan sosial cenderung memperoleh hak-hak istimewa (*privileges*) lebih banyak dibandingkan kaum perempuan. Budaya patriarki yang masih langgeng dengan pandangan konvensional juga turut berperan dalam membentuk pemahaman tentang maskulinitas. Pandangan ini meyakini bahwa jenis kelamin biologis, beserta faktor ras, menjadi penentu utama perilaku seseorang. Dalam pemikiran ini, "maskulinitas" dianggap sebagai titik tengah yang tidak pernah terpinggirkan atau terancam, selalu dominan dan tidak pernah mengalami subordinasi (Cheng, 1999).

Ketika membicarakan mengenai laki-laki dan maskulinitas, konsep esensial yang tidak boleh dilupakan adalah konsep tentang gender. Gender pada dasarnya bukanlah sesuatu yang diperoleh individu sedari lahir dan bukan pula sesuatu yang dipunyai, namun adalah sesuatu yang dilakukan (West & Zimmerman, 1987). Laki-laki tak lahir begitu saja dengan sifat-sifat maskulin seperti yang banyak distandarisasi dan dilabeli oleh stereotip yang berkembang di dalam masyarakat. Herry Ortner dan Henrietta Moore (Brigitta, 1997 dalam Sugihastuti & Saptiawan, 2007) mendefinisi gender sebagai peran sosial yang diberikan pada seseorang karena berjenis kelamin tertentu (perempuan dan laki-laki). Secara biologis,

seseorang dilahirkan sebagai laki-laki yang dapat diidentifikasi melalui alat kelamin dan perbedaan genetik. Kemudian, ia juga menerima pencirian sosial sebagai laki-laki melalui atribut maupun ciri maskulinitas atau kelelakian yang banyak disokong oleh sistem dan nilai-nilai dari masyarakat tertentu (Widyastuti & Santoso, 2014: 32).

Dewasa ini, masyarakat memandang gender dan seks sebagai suatu konteks yang sama sebagai acuan dalam mengaitkan kodrat biologis dengan cara bertindak manusia (Sugihastuti & Saptiawan, 2007). Sebenarnya, tak ada alasan biologis yang bisa membentangkan alasan mengapa laki-laki harus bersifat maskulin dengan kriteria tertentu seperti mereka harus kuat, sedangkan perempuan itu lebih lemah. Maskulinitas, maupun feminitas dengan begitu terjadi dan berkembang melalui praktik sosial dalam masyarakat yang bertendensi untuk menguntungkan jenis kelamin tertentu yaitu laki-laki, jika ditinjau dari segala bentuk sistem sosial dan budaya dalam budaya patriarki (Sugihastuti & Saptiawan, 2007). Kesan superioritas laki-laki seringkali ditonjolkan sebagai citra dalam berbagai struktur sosial serta budaya.

Dengan pemikiran yang seperti itu, laki-laki dipandang sebagai jenis kelamin yang paling unggul. Namun, tidak selamanya laki-laki itu superior. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa ada kelompok laki-laki yang lebih unggul atau dominan dibandingkan laki-laki lainnya di dalam masyarakat. Salah satunya adalah penelitian dari Rosen & Nozfiger tahun 2018. Peneliti mengatakan bahwa mungkin ada banyak variasi maskulinitas di dalam masyarakat, namun tidak semua bentuk itu setara. Ada posisi superior-inferior di antara laki-laki yang salah

satunya bisa menjadi penyebab perilaku diskriminatif atau *bullying* terhadap kelompok yang lebih inferior.

Selain itu, dalam budaya patriarki yang dominan dengan pandangan bahwa laki-laki itu adalah jenis kelamin yang paling unggul, laki-laki dalam masyarakat kemudian selalu dibebankan oleh standar-standar bagaimana seharusnya menjadi “laki-laki”. Ketidaksetaraan dan dominasi ini dapat terjadi karena adanya faktor-faktor sosial, budaya, dan struktural yang saling terkait. Salah satunya dapat disebabkan oleh norma-norma yang berkembang dalam masyarakat yang mendukung persepsi tentang karakteristik dan peran yang sesuai untuk laki-laki. Bahwa laki-laki itu misalnya harus sukses, berani, berotot, agresif, dan lain sebagainya—yang dikategorikan sebagai “maskulin”. Norma-norma ini bisa menghasilkan kelompok laki-laki tertentu yang memenuhi citra maskulinitas tersebut yang dianggap dominan di masyarakat. Selain itu, karakteristik dan standar tertentu yang dianggap "maskulin" sering diperkuat dalam budaya populer, yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang kelompok laki-laki yang dominan.

Tipe maskulinitas yang dijalankan oleh kelompok dominan dikenal sebagai *hegemonic masculinity*. Kata *hegemonic* mengacu pada dinamika budaya yang mengklaim suatu kelompok sosial sebagai yang dominan dalam hierarki sosial. *Hegemonic masculinity* merujuk pada "bentuk karakter maskulin yang dianggap sebagai ideal dalam konteks budaya" (Connell, 1990 dalam Cheng, 1999).

Padahal seharusnya, keadaan ideal dalam masyarakat adalah keberadaan kesetaraan, dimana manusia, baik laki-laki maupun perempuan memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan perlakuan yang sama adil. Artinya,

tidak ada satu kelompok atau jenis kelamin tertentu yang dianggap lebih unggul atau lebih dominan dibandingkan yang lainnya.

Kehadiran media massa turut menjadi ruang sirkulasi diskursus tentang maskulinitas pada laki-laki, dimana di satu sisi mendapatkan legitimasi dari perempuan. Fenomena sosial tentang gender ini tercermin dalam isi media massa. Media sosial telah memengaruhi struktur sosial diskursif, keterlibatan antarpribadi, dan ekspektasi etiket kita, salah satunya adalah tentang maskulinitas dalam budaya patriarki. Sehingga, menguatkan pandangan bahwa laki-laki harus mencapai standar-standar tertentu untuk bisa dikatakan sebagai “laki-laki” berdasarkan konteks budaya pada masing-masing daerah.

Salah satu media massa yang bisa mencerminkan realitas sosial mengenai fenomena tentang gender ini adalah komik berbentuk webtoon. Webtoon merupakan salah satu bentuk komik digital modern yang sangat populer. Banyak komunitas diskusi online yang membahas tentang webtoon. Selain berfungsi untuk menghibur, webtoon juga dapat mencerminkan realitas sosial. Webtoon meskipun bersifat fiksi, seperti media lainnya, webtoon seringkali merefleksikan isu-isu sosial yang ada di masyarakat. Pencitraan tokoh dan latar belakang cerita dalam webtoon bisa merefleksikan keadaan sosial di masyarakat, termasuk bagaimana masyarakat melihat dan memandang berbagai isu dan fenomena yang ada. Scott McCloud (2001) dalam bukunya mengatakan bahwa “*Comics are a medium, not a genre*”, kutipan ini menyoroti bahwa komik bisa digunakan untuk menceritakan berbagai cerita dan mencerminkan berbagai realitas sosial. Sehingga sebagai media massa, webtoon dapat merepresentasikan realitas yang ada di dalam masyarakat.

Diantara banyaknya webtoon yang mencerminkan atau mengangkat fenomena sosial, permasalahan gender dapat ditemui dalam webtoon karya Muhammad Avisena yang berjudul *Terlalu Tampan*. Terdapat penggambaran fenomena sosial tentang superioritas dan inferioritas laki-laki, dalam hal ini laki-laki yang tampan dan yang tidak tampan. Peneliti mencurigai bahwa ada penggambaran terkait *hegemonic masculinity* dalam webtoon ini. Webtoon *Terlalu Tampan* dipublikasikan pada platform LINE Webtoon, yang merupakan salah satu platform webtoon terbesar di dunia. Penulis webtoon *Terlalu Tampan* ingin menyajikan sebuah realitas tentang bagaimana laki-laki tampan yang sering menjadi kelompok dominan di masyarakat menjalani kehidupannya. Ia menunjukkan bahwa menjadi laki-laki tampan itu memiliki sejumlah *privilege* dan perlakuan istimewa dari lingkungannya. Namun dibalik itu, ada cerita atau permasalahan yang tidak diketahui oleh masyarakat. Gagasan ini dikukuhkan dengan hasil wawancara penulis webtoon *Terlalu Tampan* dengan pewarta Malang Times (2019), Avis berkata bahwa,

“Ide awal pembuatan komik ini yakni saya ingin melihat bagaimana cara orang Indonesia merespons terhadap sesuatu hal. Mungkin saat kita melihat ada orang ganteng, tampak pada hidupnya sangat beruntung. Saat ia datang di suatu tempat, semua akan berasa heboh sendiri. Tapi dibalik itu pasti ada cerita yang kita tidak ketahui. Bagaimana kesusahan mereka atau bagaimana kejelekan mereka yang tidak kita lihat.” (Avisena, 2019).

Webtoon ini menceritakan kisah anggota keluarga yang semuanya memiliki paras tampan dan karakter yang berbeda pula, dengan tokoh utama adalah seorang laki-laki bernama *Mas Kulin* yang berwajah sangat tampan tetapi mengalami *burden* berupa tekanan psikis karena parasnya itu. *Mas Okis*, adik dari *Mas Kulin*, yang menganggap bahwa menjadi tampan itu adalah sebuah *privilege* sebagai laki-

laki, sehingga dia memposisikan diri sebagai kelompok yang dominan karena diperlakukan istimewa oleh masyarakat, terutama perempuan. *Pak Archewe*, ayah dari *Mas Kulin* dan *Mas Okis*, memiliki kepribadian yang dewasa dan dianggap paling maskulin di dalam keluarga tampan ini.

Dalam ceritanya, webtoon ini menggambarkan bagaimana laki-laki tampan yang merasa dirinya dominan dan superior berinteraksi dalam masyarakat, kemudian secara tidak langsung, jika ada laki-laki yang tidak tampan atau kurang menarik secara fisik, maka mereka akan menjadi kelompok yang terpinggirkan. Webtoon ini menunjukkan pengaruh kekuasaan dan dominasi pada laki-laki yang memenuhi kriteria tertentu, seperti ketampanan (penampilan fisik), keberanian, dan agresivitas. Webtoon ini menunjukkan bahwa tidak semua laki-laki dianggap maskulin dalam masyarakat, melainkan hanya mereka yang memenuhi standar tertentu yang diakui oleh masyarakat. Tidak hanya itu, dominasi ini juga menciptakan hierarki gender yang menguntungkan laki-laki yang memenuhi standar itu, sehingga juga mempengaruhi bagaimana laki-laki berinteraksi dengan perempuan.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi bagaimana representasi *hegemonic masculinity* melalui karakter tokoh utama dalam Webtoon *Terlalu Tampan*, yaitu *Mas Kulin* sebagai tokoh utama, *Mas Okis* yang merupakan adik dari *Mas Kulin*, dan juga *Pak Archewe* yang merupakan ayah dari keluarga tampan tersebut. Webtoon ini menarik untuk dibahas karena beberapa faktor. *Pertama*, ide awal pembuatan webtoon ini yang ingin menunjukkan bahwa ada cerita dibalik menjadi laki-laki tampan yang dianggap dominan karena mempunyai

privilege atau memenuhi standar tertentu dalam menjadi laki-laki. *Kedua*, webtoon ini populer di Indonesia dan telah dibaca sebanyak 300 juta kali. Webtoon yang memiliki 100 episode ini juga diadaptasi ke film bioskop pada tahun 2017 dengan judul “Terlalu Tampan”. *Ketiga*, webtoon ini mampu memberi gambaran mengenai bagaimana seorang laki-laki berpikir tentang dirinya dan membentuk identitas dirinya sendiri di dalam masyarakat untuk mencapai standar-standar maskulinitas tertentu.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perwujudan maskulinitas sebagai konstruksi sosial dominan di masyarakat dan mengusulkan untuk menjelaskan bagaimana media komik webtoon membentuk wacana mengenai *hegemonic masculinity* melalui karakter dari tokoh utama laki-laki Webtoon *Terlalu Tampan*. Penelitian ini tertarik untuk mengkaji aspek gender, representasi, maupun stereotip, ideologi, atau mitos yang terefleksikan dalam Webtoon *Terlalu Tampan* dalam wilayah tekstual melalui narasi, gambar, teks, maupun simbol-simbol yang ada di dalam webtoon.

1.2. Rumusan Masalah

Pandangan konvensional tentang superioritas maskulinitas dalam budaya patriarki masih berpengaruh di masyarakat hingga saat ini. Pemahaman ini menyebabkan laki-laki dianggap lebih unggul daripada perempuan, dengan norma-norma sosial yang mengukuhkan standar tertentu yang harus dipenuhi oleh laki-laki untuk dianggap "maskulin". Namun, idealnya, masyarakat seharusnya menerapkan konsep kesetaraan gender, memahami gender sebagai peran sosial yang diberikan,

bukan melekat pada jenis kelamin biologis, dan menghindari penguatan hierarki gender. Media massa, termasuk webtoon, memiliki peran penting dalam membentuk pandangan ini dengan merefleksikan realitas sosial dan menghindari penguatan pandangan konvensional tentang maskulinitas yang superior.

Salah satu webtoon yang turut memberikan gambaran mengenai pencitraan maskulinitas pada laki-laki adalah Webtoon *Terlalu Tampan* karya Muhammad Avisena. Webtoon *Terlalu Tampan* selain sebagai sarana hiburan ternyata bisa menampilkan cerminan dari realitas sosial yang terjadi di masyarakat, sebab webtoon ini bisa memberikan visualisasi tentang bentuk-bentuk ideal bagaimana seharusnya menjadi laki-laki dan memberikan penguatan terhadap stereotip maupun standar tertentu melalui representasi karakter dari tokoh-tokohnya. Penulis Webtoon *Terlalu Tampan* ingin menyajikan sebuah realitas tentang bagaimana laki-laki tampan yang sering menjadi kelompok dominan dan memiliki *privilege* di masyarakat menjalani kehidupannya. Dalam ceritanya, webtoon ini menggambarkan bagaimana laki-laki tampan yang merasa dirinya dominan dan superior berinteraksi dalam masyarakat, yang kemudian jika ada laki-laki yang tidak tampan atau kurang menarik secara fisik, maka mereka akan menjadi kelompok yang terpinggirkan.

Maka dari itu, penting untuk mengenali bagaimana maskulinitas dipresentasikan dalam media, dalam hal ini sebuah webtoon terutama yang membahas mengenai laki-laki yang memiliki keuntungan (*privilege*) atau memenuhi standar tertentu yang ada di masyarakat, agar masyarakat mengetahui bahwa apa yang seringkali kita anggap sesuatu yang naluriah sebenarnya

merupakan konstruksi yang semakin menguatkan standar-standar atau stereotip tentang bagaimana seharusnya menjadi laki-laki yang ideal, bagaimana laki-laki yang tidak memenuhi standar itu kemudian menjadi inferior dan mendapatkan perlakuan yang berbeda di dalam masyarakat. Oleh karena itu, melalui penggambaran karakter utama tokoh laki-laki yang ada di Webtoon *Terlalu Tampan*, peneliti ingin melihat representasi *hegemonic masculinity* secara objektif dan sistematis yang menjadi salah satu permasalahan gender yang menarik untuk diteliti. Maka, permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah representasi *hegemonic masculinity* melalui karakter tokoh laki-laki dalam Webtoon *Terlalu Tampan*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

Mendesripsikan *hegemonic masculinity* sebagai ideologi gender dominan yang direpresentasikan melalui karakter tokoh laki-laki dalam Webtoon *Terlalu Tampan*.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi gender, terutama terkait dengan representasi maskulinitas dalam teks media. Penelitian ini memberikan sumbangan temuan dan pemikiran tentang bagaimana atribut-atribut maskulinitas diartikulasikan dan dipertahankan dalam konteks naratif digital.

Sehingga penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang *hegemonic masculinity* dan memberikan wawasan tentang bagaimana media modern, terutama webtoon, turut membentuk persepsi sosial mengenai gender.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan bagi masyarakat, terutama laki-laki mengenai bagaimana representasi, stereotip dan ekspektasi gender dapat terwujud dalam karya seni populer. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat berdampak pada author atau pembuat konten Webtoon *Terlalu Tampan*. Dengan memahami bagaimana representasi karakter laki-laki dapat mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat, penelitian ini memiliki potensi untuk mendorong author untuk meningkatkan kualitas konten media yang lebih inklusif.

1.4.3. Signifikansi Sosial

Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang dampak kuatnya representasi maskulinitas dalam konten media populer seperti webtoon. Hal ini dapat membantu praktisi media dalam membuat konten yang lebih inklusif dan beragam, yang tidak hanya mencerminkan stereotip gender, tetapi juga merangkul keberagaman dalam karakter laki-laki. Bagi komikus dan kreator konten, penelitian ini memberikan kesempatan untuk merefleksikan dan mengkaji kembali cara mereka menggambarkan maskulinitas dalam karya-karya mereka. Mereka dapat berperan dalam mereduksi reproduksi stereotip gender yang tidak sehat. Bagi pakar gender, penelitian ini memiliki dampak penting untuk memperdalam pemahaman tentang

konstruksi sosial dari *hegemonic masculinity* dan bagaimana hal tersebut termanifestasi dalam budaya populer. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk eksplorasi lebih lanjut tentang representasi gender dalam media dan pengaruhnya terhadap persepsi dan sikap masyarakat. Temuan dalam penelitian ini juga dapat mendorong penelitian lebih lanjut tentang bagaimana media dapat menjadi alat untuk meredefinisi dan merekonstruksi norma-norma gender yang ada.

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah pandangan dan cara berpikir peneliti terhadap kehidupan dan lingkungannya. Sederhananya, paradigma merupakan keseluruhan pedoman melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis. Paradigma kritis merupakan sebuah pendekatan ilmu pengetahuan yang mengadopsi epistemologi kritis marxisme sebagai landasan metodologi penelitiannya. Paradigma ini dipengaruhi oleh teori kritis dan secara erat terkait dengan gagasan-gagasan marxisme dalam filosofi pengetahuannya. Teori kritis merupakan aliran dalam ilmu sosial yang berakar dari pemikiran Karl Marx dan Engels (Denzin & Lyncoln, 2009 dalam Halik, 2018).

Hidayat (2008) mengkaji terkait paradigma kritis secara ontologis, epistemologis, dan juga aksiologi. Secara ontologis, kunci dari paradigma kritis adalah *Historical Realism*. Dalam pandangan kritis, realitas tak jarang dikatakan sebagai realitas “semu” yang kemudian perlu untuk dikritisi, ditelaah, atau digali dalam konteks sejarah dibalik realitas tersebut. Karena realitas itu tidak alami,

namun telah dibentuk oleh proses *historical* dan kekuatan-kekuatan sosial, budaya, dan ekonomi politik. Realitas berada dalam situasi konflik dan pergulatan sosial. Secara epistemologis, paradigma ini bersifat transaksional atau subjektivisme, di mana yang menjadi titik fokus penelitian paradigma kritis itu selalu dijembatani oleh nilai-nilai tertentu, sehingga ada hubungan yang erat antara peneliti dengan yang diteliti. Sedangkan secara aksiologi, pada paradigma ini, peneliti memposisikan diri sebagai *activist*, aktor intelektual, atau pembela, untuk mentransformasi nilai-nilai tertentu, tujuan penelitian umumnya untuk melakukan kritik sosial, melakukan transformasi, menunjukkan bagaimana seharusnya dunia berada, emansipasi, maupun social empowerment.

Paradigma kritis menekankan pada interpretasi peneliti terhadap yang diteliti. Ini menunjukkan bahwa ada proses dialog yang terjadi selama penelitian kritis. Kegunaan dialog kritis adalah untuk mengeksplorasi lebih jauh kondisi sosial yang telah, sedang, dan akan terjadi. Penelitian tidak dapat menghindari unsur subjektivitas.

Maka dari itu, peneliti menggunakan paradigma kritis karena memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan, membongkar, dan menggali aspek tersembunyi dan menyingkap makna penggambaran maskulinitas pada karakter tiga tokoh utama laki-laki dalam teks media webtoon dengan menghubungkan fakta-fakta yang ada pada intertekstual. Selain itu, paradigma kritis tidak hanya menitikberatkan pada proses produksi dan reproduksi suatu wacana, namun juga melihat bagaimana webtoon ini sebagai teks yang mikro dan berhubungan dengan konteks masyarakat yang makro.

1.5.2. State of The Art

1.5.2.1. “Representasi Maskulinitas Hegemonik dalam Iklan” oleh Deddy Suprpto pada tahun 2018.

Penelitian ini berfokus pada representasi *hegemonic masculinity* dalam iklan rokok Gudang Garam di Indonesia antara tahun 2006 hingga 2010. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap bagaimana iklan mendefinisikan dan menggambarkan *hegemonic masculinity* serta mengidentifikasi bentuk-bentuk *hegemonic masculinity* di Indonesia. Metode Analisis Wacana Kritis Fairclough digunakan dalam tiga dimensi analisis: deskripsi gambar iklan, interpretasi kontekstual dengan data primer dan sekunder, serta eksplanasi dimensi sosiokultural. Hasil penelitian menunjukkan pergeseran maskulinitas dari macho ke metroseksual dipengaruhi oleh kapitalisme dan konsumerisme, meskipun hanya terjadi pada aspek tampilan fisik tanpa merubah esensinya. Penelitian ini menggarisbawahi peran media, terutama iklan, dalam membentuk konsep maskulinitas dan dampaknya pada pandangan gender masyarakat.

1.5.2.2. “Maskulinitas dalam Serial Televisi (Analisis Wacana Multimodal Representasi Maskulinitas Hegemonik dalam Serial Euphoria)” oleh Dinar Laksitani dan Budi Irawanto, M.A., Ph.D. pada tahun 2021.

Penelitian ini menganalisis bagaimana *hegemonic masculinity* digambarkan dalam serial HBO yang berjudul "Euphoria" (2019). Berbeda dengan serial sejenis, "Euphoria" bukan hanya mengangkat tema kehidupan remaja dan percintaan, tetapi juga menyoroti isu-isu terkait maskulinitas yang kompleks dan relevan dengan

masalah yang dihadapi generasi muda saat ini. Serial ini juga meraih popularitas global, sehingga menjadi subjek yang tepat untuk memahami representasi maskulinitas hegemonik. Penelitian ini khusus memusatkan perhatian pada *hegemonic masculinity* karena dianggap bahwa perubahan bentuk-bentuk maskulinitas tidak menghilangkan dominasi nilai-nilai maskulinitas yang telah mapan. Seiring dengan prevalensi konten serial dan pentingnya media televisi sebagai sarana hiburan dan edukasi, penelitian ini mengkhawatirkan bahwa citra laki-laki ideal yang terkadang masih berakar pada norma patriarki dapat secara tidak langsung mempengaruhi identitas remaja. Dengan menggunakan analisis wacana multimodal, penelitian ini memadukan aspek linguistik melalui Systemic Functional Linguistic (SFL) oleh Halliday dan Matthiessen, aspek visual dengan Visual Grammar oleh Kress dan van Leeuwen, serta elemen audio seperti intonasi suara dan kerangka kognitif Cohen untuk menganalisis dampak emosional dari musik latar. Dalam konteks karakter Nate Jacobs, serial "Euphoria" tetap menghadirkan unsur-unsur *hegemonic masculinity* dalam penggambaran tokoh utamanya. Nate memerankan figur laki-laki ideal melalui berbagai aspek, termasuk keinginan untuk memiliki tubuh atletis dan kuat, cara mengekspresikan emosi, kehidupan seksualitas, serta interaksinya dengan perempuan dalam berbagai adegan.

1.5.2.3. “*The Semiotics of Masculinity Ideology and Hegemonic Masculinity in Bolsonaro’s Brazil*” oleh Clara Ribeiro Assumpção pada tahun 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis bahwa di bawah kepemimpinan Presiden Jair Bolsonaro, Brasil mengalami penguatan ideologi maskulinitas. Dengan menganalisis persona yang diproyeksikan Bolsonaro melalui interpretasi semiotik gambar-gambar di akun Facebook resminya, penelitian ini menyimpulkan bahwa Bolsonaro berusaha memperkuat *hegemonic masculinity*. Ini berdampak pada pengabaian terhadap mereka yang tidak sesuai dengan ideologi tersebut, serta menghubungkan ideologi maskulinitas dengan keamanan manusia, menunjukkan bagaimana ideologi ini mengheningkan suara perbedaan dan mengabaikan ketidakpastian yang tidak hegemonik. Dengan menerapkan semiotika kritis untuk menganalisis persona online Presiden Bolsonaro, penelitian ini menawarkan cara inovatif untuk menerangi keberadaan - dan penguatan - ideologi *hegemonic masculinity* dalam politik. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi pada kerangka kerja yang menggunakan semiotika untuk menyoroti dinamika gender dalam pertempuran hegemoni ideologis, memperluas pemahaman kita tentang *hegemonic masculinity* di wilayah selatan global.

1.5.2.4. “Boys, Bullying, and Gender Roles: How Hegemonic Masculinity Shapes Bullying Behavior” oleh Nicole L. Rosen dan Stacey Nozfiger pada tahun 2018.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana perilaku perundungan (*bullying*) pada remaja laki-laki di sekolah berkontribusi dalam memperkuat konstruksi sosial tentang maskulinitas. Penelitian ini menyoroti bagaimana lingkungan sekolah, teman sebaya, dan perilaku perundungan berkontribusi dalam membentuk

pandangan tentang maskulinitas tertentu (*hegemonic masculinity*) pada remaja laki-laki. Penelitian ini menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif untuk menggali dan memahami pengalaman perundungan di kalangan remaja laki-laki. Data kuantitatif digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang tingkat dan pola perilaku perundungan, sementara data kualitatif digunakan untuk menggali makna dan interpretasi dari pengalaman perundungan oleh para korban. Penelitian ini menggunakan analisis konten untuk menganalisis data yang diberikan oleh para korban perundungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konteks sekolah, teman sebaya, dan perilaku perundungan berkontribusi dalam pembentukan konstruksi sosial tentang maskulinitas pada remaja. Analisis data dari para korban menemukan bahwa banyak pengalaman perundungan didasarkan pada atau diinterpretasikan melalui pandangan maskulinitas hegemonik. Beberapa temuan penting meliputi pentingnya heteroseksualitas, dominasi penampilan fisik dan intimidasi, penerimaan dan normalisasi kekerasan, serta bagaimana gender berinteraksi dengan lokasi sosial lainnya.

1.5.2.5. *“Representasi Maskulinitas Hegemonik dalam Iklan Kecap Sedaap Kedelai Hitam Special di Instagram”* oleh Nasikhatul Ummah, Nabila Kusuma Wardhani dan Eka Yudha Prasetya pada tahun 2020.

Penelitian ini berfokus pada representasi maskulinitas hegemonik dalam iklan Kecap Sedaap Kedelai Hitam Special di platform Instagram. Penelitian ini ingin mengeksplorasi bagaimana kekuatan maskulinitas dihadirkan dalam iklan produk komersial dengan konteks domestik, dan bagaimana teks berupa kode dalam iklan

tersebut memperlihatkan representasi maskulinitas hegemonik. Dalam penelitian ini, digunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotik John Fiske. Metode ini menggambarkan bahwa kode dapat dinyatakan melalui tiga tingkatan, yaitu tingkatan realitas, tingkatan representasi, dan tingkatan ideologi. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis iklan Kecap Sedaap Kedelai Hitam Special di Instagram untuk mengidentifikasi kode-kode semiotik yang digunakan untuk menggambarkan maskulinitas hegemonik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam iklan Kecap Sedaap Kedelai Hitam Special, terdapat representasi maskulinitas yang kuat. Pria yang digambarkan dalam iklan ini menunjukkan sifat-sifat maskulinitas hegemonik seperti menggunakan jas hitam, berkumis, berjenggot, kekar, dan berambut klimis. Ditemukan pula penggunaan image-image simbolik yang menguatkan hegemonisasi maskulinitas melalui kode-kode semiotik yang melekat pada produk domestik yang umumnya dianggap identik dengan perempuan.

Relevansi keenam penelitian di atas sebagai referensi *state of the art* untuk penelitian ini adalah karena berkaitan dengan analisis representasi dan konstruksi maskulinitas dalam konteks media dan budaya. Penelitian-penelitian tersebut memberikan wawasan tentang bagaimana karakteristik maskulinitas diwakili, bagaimana laki-laki yang dominan memengaruhi konstruksi sosial tentang maskulinitas, dan bagaimana simbol dan kode semiotik digunakan untuk merepresentasikan *hegemonic masculinity* dalam berbagai konteks media seperti dalam iklan, sosial media, televisi, dan film.

Penelitian ini memiliki kebaruan dalam konteks pengaplikasian metode analisis semiotika pada sebuah webtoon untuk menggambarkan representasi *hegemonic masculinity* sebagai ideologi gender dominan. Penelitian ini berfokus pada webtoon "Terlalu Tampan" sebagai objek analisisnya. Dalam perbandingan dengan penelitian-penelitian terdahulu, yang lebih banyak memfokuskan pada representasi *hegemonic masculinity* dalam iklan, serial televisi, dan perilaku perundungan di sekolah, penelitian ini mengambil pendekatan yang berbeda dengan menganalisis sebuah medium digital seperti webtoon. Hal ini menunjukkan perkembangan metode analisis yang relevan dengan bentuk konten yang berkembang di dunia digital, dan juga memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana konsep *hegemonic masculinity* direpresentasikan di platform digital baru yang populer. Selain itu, penelitian tentang representasi *hegemonic masculinity* pada teks media yang dilakukan pada selang tahun 2019-2023 tidak banyak ditemukan oleh peneliti, maka dari itu penelitian ini memiliki kebaruan dan urgensi.

1.5.3. Kajian Media Dalam Tradisi Kritis

Kajian media dalam ilmu komunikasi berfokus pada tiga hal pokok, yaitu pembentukan budaya, partisipasi media, dan efek individu. Dalam mengamati bagaimana representasi maskulinitas dalam media (webtoon) ini, lensa teori yang tepat digunakan berada pada teori yang berfokus pada pembentukan budaya yaitu bagaimana media mampu menciptakan bentuk budaya dan dapat mempengaruhi struktur sosial. Tradisi dalam ilmu komunikasi yang memberikan kontribusi pada

pertanyaan mengenai bagaimana media dapat mempengaruhi masyarakat antara lain semiotika, sosiokultural, dan juga tradisi kritis (Littlejohn & Foss, 2016: 81).

Gagasan utama dalam tradisi kritis memiliki tiga karakteristik yang penting. Pertama, tradisi kritis berupaya untuk mengungkap sistem yang dianggap sebagai yang benar, struktur kekuasaan dan keyakinan (ideologi) yang mendominasi masyarakat dari sudut pandang yang spesifik, dengan mengevaluasi minat yang ditawarkan oleh struktur kekuatan yang ada. Kedua, para ahli dalam teori kritis secara umum tertarik untuk mengeksplorasi kondisi sosial yang menindas dan rangkaian kekuatan yang ada untuk mencapai kesetaraan dan mempromosikan emansipasi. Dengan kata lain, para ahli teori kritis berupaya untuk mengungkap bentuk penindasan dalam menghilangkan ilusi ideologi dan melakukan tindakan untuk mengatasi kekuatan yang menindas. *Ketiga*, tradisi kritis menekankan pada penciptaan kesadaran untuk menggabungkan teori dengan tindakan untuk menciptakan perubahan yang diinginkan. (Littlejohn & Foss, 2016: 68-69). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dalam tradisi kritis untuk mengungkapkan bagaimana media merepresentasikan *hegemonic masculinity* sebagai jenis maskulinitas yang dianggap paling dominan dalam membentuk wacana yang ada di masyarakat mengenai maskulinitas. Bahwa ada standar-standar tertentu di satu sisi yang menjadi faktor penting yang mempengaruhi bagaimana laki-laki mendefinisikan maskulinitas.

1.5.3.1. Level Komunikasi Massa

Komunikasi adalah proses penciptaan pesan dan komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan, kemudian ada respons atau umpan balik dari komunikan ke komunikator terhadap pesan yang diterima. Komunikasi bisa terjadi pada level internal sampai level komunikasi massa. Komunikasi massa adalah proses di mana individu, kelompok atau organisasi besar membuat pesan dan menyebarkannya melalui berbagai jenis media untuk audiens yang besar, anonim, dan heterogen. Singkatnya, komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa.

Dalam komunikasi massa, pembuat pesan biasanya adalah seorang profesional komunikator atau sebuah organisasi. Karakteristik pesan yang dikirimkan biasanya cepat dan bersifat publik atau untuk umum. Respon dalam komunikasi massa umumnya tidak langsung dan tertunda. Namun seiring perkembangan teknologi, menyebabkan adanya pengaburan batas antara komunikasi interpersonal tradisional dan komunikasi massa (Littlejohn & Foss, 2009: 623). Dengan adanya internet dan media sosial, audiens menjadi kurang anonim dan kurang heterogen. Dengan kata lain, target dari komunikasi massa bisa dirancang untuk audiens tertentu dengan jumlah yang relatif kecil.

Penelitian-penelitian pada level komunikasi massa memperhatikan bahwa teks atau wacana dalam media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pikiran dan tindakan manusia (Littlejohn, 2002: 163-183). Hal itu dikarenakan, teks dalam media massa selalu memiliki bias atau kepentingan tertentu. Pada prinsipnya, teks menyajikan realitas dari sudut pandang yang dipilih atau memuat realitas yang

memihak. Sehingga pada titik tertentu, teks media pada dirinya sudah bersifat ideologis (Littlejohn, 2002: 217). Komunikasi massa memiliki kekuatan untuk mengungkapkan ideologi tertentu, dari dorongan kelas yang lebih dominan dan dengan demikian dapat menindas golongan-golongan tertentu. Diperlukan paradigma dan metode penelitian yang dapat mengungkap dan menggali struktur, rasionalitas, serta ideologi yang pada dasarnya tersembunyi dalam sebuah teks media (Hidayat, 2008).

1.5.3.2. Komunikasi Massa dan Teori Kritis Media

Banyak teori komunikasi dalam tradisi kritis memiliki hubungan erat dengan media, hal ini terutama disebabkan oleh kekuatan media dalam menyebarkan ideologi dominan serta mengeksplorasi ideologi alternatif dan ideologi yang bertentangan. Menurut Littlejohn & Foss (2016: 432-433), ada 5 cabang utama teori kritis yang berhubungan dengan media, yaitu sebagai berikut:

1. *Marxisme klasik* yang menganggap bahwa media adalah sarana yang digunakan oleh kelas atas untuk mempertahankan dominasinya dan sebagai cara untuk para kapitalis menunjukkan tujuan mereka untuk menghasilkan keuntungan. Selain itu, media juga dapat menyebarluaskan ideologi dan pandangan dari pihak yang memiliki pengaruh dalam masyarakat dan dengan demikian menekan beberapa kelompok tertentu.
2. *Teori media ekonomi politik* yang menganggap bahwa konten media merupakan komoditas yang dijual, sehingga informasi yang disebarkan di media diatur oleh apa yang diharapkan diterima oleh "pasar". Sistem media membuat beberapa

jenis program dan saluran media menjadi dominan, sementara yang lainnya diabaikan.

3. *Frankfurt school* yang menjelaskan bahwa media dijadikan sebagai alat untuk membangun budaya. Melalui manipulasi gambaran dan simbol, media menciptakan dominasi ideologi kelas atas untuk memenuhi kebutuhan golongan yang berkuasa atau dominan.
4. *Teori hegemonis* dengan asumsi bahwa hegemoni itu terjadi melalui dominasi ideologi palsu atau cara pikir terhadap kondisi atau realitas yang sebenarnya. Ideologi tidak hanya disebabkan oleh sistem ekonomi, tapi juga sangat meresap dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Ideologi bersifat persuasif dan ditanamkan secara tak sadar. Sedangkan yang berperan penting dalam membentuk ideologi dominan adalah media.
5. *Penelitian budaya* yang tertarik untuk mengeksplorasi interpretasi budaya terhadap isi media (bagaimana isi media ditafsirkan, termasuk penafsiran yang dominan dan oposisional). Masyarakat dipandang sebagai sebuah bidang persaingan gagasan, dimana pemaknaan individu terhadap isi media dapat berbeda satu sama lainnya (Littlejohn & Foss, 2016: 432-433).

1.5.4. Teori Representasi

Representasi adalah cara manusia menciptakan arti dalam pikirannya melalui bahasa. Dalam proses pemahaman, terdapat kaitan antara konsep dan bahasa yang memungkinkan manusia untuk merujuk pada benda, orang, atau kejadian tertentu. Bahasa mengkonstruksikan makna dan menandakan sesuatu, bahasa sebagai tanda

merepresentasikan konsep mental dan pikiran individu. Oleh karena itu, bahasa memproduksi makna melalui sistem representasi. Stuart Hall menganggap bahwa representasi melibatkan proses penting, yaitu menggunakan bahasa untuk memberikan arti pada dunia dengan menyusun kaitan dua arah, antara sesuatu di dunia dengan pemikiran manusia. Representasi menghubungkan makna dan bahasa dengan budaya. Manusia bisa memaknai sesuatu karena ada proses memecahkan kode tentang objek dalam kerangka konsep yang ada di kepala manusia.

Stuart Hall dalam bukunya *The Work of Representation, Representation: Cultural Representation and Signifying Practices* (1997 dalam Yustisia, n.d.), menyatakan bahwa representasi merujuk pada sebuah proses yang disebut dengan “sirkuit budaya” (*circuit of culture*): bagaimana bahasa digunakan untuk menyampaikan makna tertentu atau menggambarkan sesuatu yang bermakna kepada khalayak. Representasi juga berarti proses produksi dan pertukaran makna di antara individu-individu sebagai bagian dari kebudayaan tertentu. Dalam menjelaskan sistem representasi, Hall mengacu pada dua komponen atau sistem penting yaitu *mental representation* yang merupakan seperangkat konsep mental yang ada dalam pikiran individu dan *bahasa* itu sendiri sebagai kendaraan makna. *Mental representation* mengacu pada konsep mental atau gambaran yang ada dalam pikiran individu mengenai sebuah objek (baik itu gambar, tulisan, suara, dan lain sebagainya). Gambaran ini bisa berupa sesuatu yang sifatnya ‘nyata’ atau abstrak. Sedangkan *bahasa* mengacu pada simbol-simbol, bahasa teks atau tulisan, suara, maupun bahasa lisan, dimana melalui sistem kebahasaan ini, individu melekatkan makna.

Teori representasi yang dikemukakan oleh Stuart Hall adalah sebuah pendekatan kritis dalam studi media dan komunikasi yang menekankan pada bagaimana media dan konten massa memproduksi makna dan pemahaman tentang dunia sekitar kita. Hall menyatakan bahwa media tidak hanya menyajikan fakta objektif tetapi juga memiliki kekuatan untuk memproduksi makna dan membentuk pandangan kita tentang dunia. Teori ini menekankan pada peran media dalam pembentukan identitas dan persepsi sosial, dan bagaimana media dapat digunakan untuk mengendalikan dan memperkuat dominasi sosial.

1.5.5. Semiotika

Menurut Chandler (2007), semiotika "merupakan studi tentang tanda-tanda dan makna." Ia menjelaskan bahwa semiotika membahas tentang bagaimana tanda-tanda diciptakan, digunakan, dan diinterpretasikan dalam berbagai konteks sosial dan budaya. Semiotika berfokus pada hubungan antara tanda-tanda dan kebudayaan atau sistem sosial yang lebih luas (Chandler, 2007).

Semiotika adalah studi tentang tanda-tanda dan makna dalam bahasa, budaya, dan komunikasi. Semiotika mencakup analisis tentang bagaimana tanda-tanda diciptakan, digunakan, dan diinterpretasikan dalam berbagai konteks sosial dan budaya. Tanda-tanda tersebut dapat berupa kata-kata, gambar, gerakan tubuh, atau objek fisik lainnya.

Semiotika berasal dari bahasa Yunani "semeion" yang berarti tanda. Pada dasarnya, semiotika mencoba untuk memahami bagaimana tanda-tanda

membentuk makna dalam komunikasi manusia, serta bagaimana tanda-tanda tersebut terkait dengan kebudayaan dan sistem sosial yang lebih luas.

Tanda dalam konteks semiotika adalah sesuatu yang mewakili atau merepresentasikan sesuatu yang lain. Menurut Saussure (2011 dalam Farianto, 2021), tanda terdiri dari dua unsur: "signifier" (penanda) dan "signified" (yang diacu). Penanda adalah bentuk fisik dari tanda, seperti suara, huruf, atau gambar, sedangkan yang diacu adalah makna atau konsep yang terkait dengan penanda tersebut. Sebeok (2001 dalam Nazaruddin, 2015) menyatakan bahwa tanda memungkinkan manusia untuk beberapa hal. *Pertama*, tanda memungkinkan manusia untuk mengisyaratkan keberadaannya. *Kedua*, tanda juga digunakan untuk mengkomunikasikan pesan. Dan *ketiga*, tanda memungkinkan manusia untuk membangun model atau representasi atas informasi yang diperolehnya dari dunia eksternal. Sebeok juga menyebutkan bahwa semiotika adalah ilmu yang mempelajari berbagai fungsi ini tersebut.

Beberapa teori semiotika yang terkenal termasuk semiotika strukturalis dari Ferdinand de Saussure dan Roland Barthes, serta semiotika budaya dari Clifford Geertz dan Umberto Eco. Studi semiotika dapat diterapkan pada berbagai bidang, termasuk sastra, seni visual, media, dan periklanan, serta ilmu sosial dan humaniora lainnya.

1.5.5.1.Semiotika Roland Barthes

Analisis semiotika Roland Barthes adalah metode analisis yang digunakan untuk memahami bagaimana tanda-tanda diciptakan dan diinterpretasikan dalam berbagai

konteks sosial dan budaya. Metode analisis ini digunakan untuk memahami makna dalam suatu objek budaya atau media.

Analisis semiotika Roland Barthes ini didasarkan pada konsep-konsep semiotika, yaitu studi tentang tanda dan makna. Dalam semiotika, tanda didefinisikan sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain. Tanda terdiri dari dua bagian, yaitu signifier (pengacu) dan signified (yang diacu). Signifier adalah bentuk fisik atau materi dari tanda, sementara signified adalah makna atau konsep yang direpresentasikan oleh signifier.

Dalam tahapan analisis semiotika Roland Barthes, objek budaya atau media yang dianalisis dibongkar menjadi unit-unit tanda yang lebih kecil dan dianalisis untuk memahami bagaimana tanda-tanda ini memproduksi makna. Tujuan analisis semiotika Barthes adalah untuk mengungkapkan makna-makna tersembunyi yang mungkin tidak disadari oleh pembaca atau penonton. Analisis semiotika Barthes dapat diterapkan pada berbagai jenis objek, termasuk teks, gambar, komik, film, iklan, dan produk budaya lainnya.

Analisis semiotika Barthes berfokus pada dua aspek utama tanda-tanda: "denotation" (denotasi) dan "connotation" (konotasi). Denotasi merujuk pada makna literal atau deskriptif dari suatu tanda, sedangkan konotasi merujuk pada makna yang lebih abstrak atau terkait dengan nilai, ideologi, atau konvensi sosial. Dalam analisis semiotika Barthes, tanda-tanda dipelajari dalam konteks "myth" (mitos) yang terkandung dalam bahasa, budaya, dan masyarakat. Mitos merujuk pada konstruksi sosial dan ideologi yang mendasari makna dan nilai tanda. Barthes (1974 dalam Barker, 2005) menjelaskan bahwa mitos adalah representasi budaya

yang diterima sebagai alami atau kebenaran universal, padahal sebenarnya merupakan konstruksi sosial.

1.5.6. Teori Hegemoni

Teori hegemoni merupakan konsep kekuasaan berbasis intelektualitas, dikembangkan oleh tokoh Marxisme asal Italia, Antonio Gramsci. Lahir pada tanggal 22 Januari 1891 di Italia, dan meninggal dunia di Roma pada tanggal 27 April 1937, Gramsci menyatakan bahwa hegemoni adalah cara suatu kelas dan anggotanya menjalankan kekuasaan terhadap kelas yang lebih rendah melalui kombinasi kekerasan dan persuasi.

Menurut pandangan Gramsci, hegemoni tidak berarti dominasi yang didasarkan pada kekuasaan, melainkan lebih kepada hubungan persetujuan dan konsensus. Konsep ini membantu dalam memahami model kekuasaan yang bergantung pada kesepakatan dan rasionalitas, bukan pemaksaan (Rahmi, 2017). Dalam pandangan Gramsci, hegemoni merupakan bentuk organisasi konsensus di mana ketertundukan dicapai melalui penguasaan ideologi oleh kelas yang menghegemoni (Simon, 2004 dalam Siswati, 2017).

Ketika Gramsci membahas tentang konsensus, dia menghubungkannya dengan spontanitas yang memiliki sifat psikologis dan mencakup berbagai bentuk penerimaan aturan sosial-politis dan aspek-aspek lainnya. Konsensus dapat terjadi karena rasa takut terhadap konsekuensi bila tidak mengikuti, karena kebiasaan dalam mencapai tujuan dengan cara tertentu, dan karena kesadaran atau persetujuan

terhadap elemen-elemen tertentu. Bagi Gramsci, konsensus adalah hasil dari persetujuan (Siswati, 2017).

Hegemoni terjadi ketika masyarakat, termasuk kaum proletar, telah menerima dan mengadopsi cara hidup, pola pikir, dan pandangan dari kelompok elit yang mendominasi dan mengeksploitasi mereka. Gramsci berpendapat bahwa hegemoni akan menghasilkan kepatuhan, yaitu sikap menerima keadaan tanpa dipertanyakan secara kritis karena ideologi yang disajikan oleh kelas hegemoni dianggap benar begitu saja (Siswati, 2017).

1.5.7. *Hegemonic Masculinity*

Maskulinitas sendiri adalah sejumlah atribut yang melekat pada laki-laki. Konsep *hegemonic masculinity* yang dirumuskan oleh Raewyn Connell, telah mempengaruhi pemikiran dan penelitian yang berkembang dalam studi kritis laki-laki, gender, dan tentang hierarki sosial. Ada lebih dari 200 penelitian tentang konsep *hegemonic masculinity*, menjadikannya sebagai lanskap teoretis yang paling diminati dan banyak dikaji dalam studi kritis mengenai laki-laki (Drianus, 2019).

Pada mulanya, konsep tentang *hegemonic masculinity* pertama kali diusulkan dalam laporan hasil studi lapangan tentang ketidaksetaraan sosial di sebuah sekolah menengah di Australia (Kessler et al. 1982 dalam Connell & Messerschmidt, 2005), dalam diskusi konseptual terkait pembuatan maskulinitas dan pengalaman tubuh laki-laki (1983), dan dalam perdebatan tentang peran laki-laki dalam politik perburuhan di Australia (1982).

Laporan hasil studi lapangan di sekolah menengah tersebut memberikan bukti empiris bahwa ada banyak hierarki atau kelas dalam konstruksi gender (Connell & Messerschmidt, 2005). Konsep ini mengusulkan model maskulinitas dengan hubungan kekuasaan, memberikan kontribusi pemahaman yang signifikan tentang bagaimana relasi gender yang tidak setara dilegitimasi antara laki-laki dan pria, maskulinitas dan feminitas, dan diantara maskulinitas (Messerschmidt, 2018). Maskulinitas ini dibedakan dari maskulinitas lain, terutama maskulinitas subordinat. Konsep ini dipahami sebagai konfigurasi praktik yang mencoba untuk mengenali dimana maskulinitas yang ter subordinasi mempengaruhi bentuk dominan di masyarakat, dan secara ideologis memungkinkan untuk melegitimasi subordinasi terhadap perempuan untuk terus berlanjut, termasuk cara-cara terpinggirkan lainnya untuk menjadi laki-laki. Sederhananya, *hegemonic masculinity* menentukan bagaimana seharusnya menjadi laki-laki (Drianus, 2019).

Secara konseptual, *hegemonic masculinity* mengusulkan untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa laki-laki mempertahankan peran sosial yang dominan atas perempuan, dan identitas gender lainnya, yang dianggap sebagai feminin dalam masyarakat tertentu. Sedangkan sebagai konsep sosiologis, sifat hegemonik dari *hegemonic masculinity* berasal dari teori hegemoni budaya Marxis Antonio Gramsci yang menganalisis kaitan kekuasaan antara kelas-kelas sosial dalam masyarakat. Kata “hegemonic” mengacu pada dinamika budaya yang diklaim suatu kelompok sosial sebagai sesuatu yang dominan dalam hierarki sosial.

Konsep tentang gender sendiri bersifat historis, sehingga hierarki gender dapat berubah. Maka dari itu, *hegemonic masculinity* dapat muncul dalam keadaan

tertentu dan sangat mungkin untuk mengalami perubahan secara historis. *Hegemonic masculinity* bukanlah suatu karakter yang tetap. Connell menyatakan bahwa *hegemonic masculinity* adalah suatu sistem sosial yang tidak statis, dan dapat berubah dari waktu ke waktu dan antar budaya. Pada beberapa saat, satu bentuk maskulinitas akan dianggap lebih istimewa secara kultural dibanding dengan kelompok lainnya. Kelompok kecil yang mendapat keistimewaan ini yang kemudian disebut dengan *hegemonic masculinity*. *Hegemonic masculinity* bukanlah hal yang dimiliki oleh semua laki-laki, tetapi hanya oleh sejumlah kecil laki-laki yang memegang kekuasaan sosial dan ekonomi dalam masyarakat.

Dalam pengaturan tertentu, manusia akan membangun dirinya sendiri dengan membuat pilihan refleksif yang mewujudkan dirinya sendiri dalam struktur sosial dari waktu ke waktu dan dari ruang ke ruang. Konsekuensinya, “maskulinitas” mewakili cara pria memposisikan diri melalui praktik diskursif. Connell dan Messerschmidt (Connell, 2005 dalam Drianus, 2019) menyatakan bahwa hanya ada segelintir laki-laki yang akhirnya menetapkan standar normatif tentang bagaimana seharusnya menjadi seorang laki-laki. Dengan demikian, tidak hanya perempuan yang menjadi korban dari konstruksi sosial yang dominan, tetapi laki-laki yang mematuhi standar normatif dalam masyarakat juga bisa mendominasi laki-laki lain yang secara deskriptif berada pada tepian. Selain itu, *hegemonic masculinity* dianggap paling kuat jika laki-laki dapat membuat perempuan patuh.

Karena konsep *hegemonic masculinity* ini didasarkan pada praktik (tidak hanya identitas) yang memungkinkan dominasi laki-laki atas perempuan untuk terus berlanjut, dalam beberapa konteks, bisa merujuk pada kekerasan yang

merupakan hasil dari *hegemonic masculinity* yang menganggap bahwa laki-laki adalah pihak dominan daripada perempuan. Namun, *hegemonic masculinity* tidak selalu berarti memiliki karakteristik yang berhubungan dengan kekerasan dan praktik berbahaya lainnya, karena hegemoni memiliki banyak konfigurasi yang berarti kekuasaan bisa pula dicapai melalui budaya, institusi, dan persuasi, meskipun juga bisa didukung dengan kekerasan. Persetujuan budaya, sentralitas diskursif, pelembagaan, dan marginalisasi adalah ciri-ciri maskulinitas yang dominan secara sosial (Messerschmidt, 2018).

Hegemonic masculinity menggambarkan pandangan tentang maskulinitas yang dipandang sebagai normatif dan superior dalam sebuah masyarakat. *Hegemonic masculinity* mengacu pada pandangan bahwa laki-laki harus memenuhi standar tertentu untuk dikategorikan sebagai "laki-laki" yang sejati, yang meliputi karakteristik seperti kekuatan, dominasi, superioritas, keberanian, agresivitas, kompetisi, dan kontrol emosional.

1.6. Asumsi Penelitian

Peneliti berasumsi bahwa tokoh utama pada Webtoon *Terlalu Tampan* merepresentasikan *hegemonic masculinity* R.W. Connell yang digambarkan berbeda-beda tiap tokohnya melalui tanda-tanda atau kode-kode yang terdapat dalam webtoon. Representasi ini memperlihatkan dominasi dan superioritas laki-laki yang memenuhi standar *hegemonic masculinity*, bahwa mereka lebih tinggi kedudukannya daripada laki-laki yang dianggap tidak memenuhi standar itu dan juga daripada perempuan, termasuk ada penegasan stereotip-stereotip tentang

bagaimana seharusnya menjadi seorang “laki-laki” ideal di masyarakat. Sehingga, diharapkan dapat menunjukkan bagaimana norma dan nilai-nilai yang berkaitan dengan maskulinitas dicerminkan dalam budaya populer khususnya dalam webtoon.

1.7. Operasionalisasi Konsep

1.7.1. Representasi *Hegemonic Masculinity*

Representasi *hegemonic masculinity* mengacu pada cara laki-laki dan maskulinitas dipresentasikan dalam budaya populer seperti film, televisi, musik, dan media lainnya. Representasi ini mencakup gambaran laki-laki dan maskulinitas yang memenuhi standar *hegemonic masculinity*, yaitu gambaran tentang laki-laki yang dominan, superior, agresif, kuat, mandiri, dan heteroseksual.

Laki-laki yang memenuhi standar *hegemonic masculinity* sering digambarkan sebagai pahlawan atau karakter utama dalam cerita, sementara laki-laki yang tidak memenuhi standar tersebut sering digambarkan berbeda dengan karakter dominannya sebagai lemah, tidak menarik, feminin, atau bahkan homoseksual. Representasi *hegemonic masculinity* dapat memperkuat norma-norma gender tradisional dan membatasi ruang bagi laki-laki untuk mengekspresikan emosi dan perilaku yang tidak sesuai dengan norma tersebut.

Representasi *hegemonic masculinity* dapat ditemukan dalam berbagai bentuk media termasuk webtoon. Webtoon sebagai salah satu bentuk komik digital yang populer di berbagai negara, juga memperlihatkan bagaimana laki-laki dan maskulinitas direpresentasikan dalam budaya populer.

Representasi *hegemonic masculinity* dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat tentang gender dan maskulinitas. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan memperhatikan bagaimana laki-laki dan maskulinitas direpresentasikan dalam media dan budaya populer, serta bagaimana hal ini dapat memengaruhi pandangan dan perilaku masyarakat terhadap gender dan maskulinitas.

1.7.2. Webtoon Sebagai Salah Satu Bentuk Komik

Webtoon sebagai salah satu bentuk komik juga memiliki elemen dan unsur-unsur naratif maupun intrinsik yang membentuk satu kesatuan cerita. Elemen dalam komik dibagi menjadi; (1) Elemen naratif/non visual & (2) Elemen Visual.

1.7.2.1. Elemen Naratif/Non Visual

Elemen non visual dalam komik merupakan aspek yang tidak terlihat secara langsung, tetapi memberikan pengaruh yang dapat dirasakan sebagai penghubung untuk menyatukan elemen-elemen visual, sehingga mampu mengkomunikasikan pesan kepada pembaca. Berikut adalah elemen naratif atau elemen non visual dalam komik: (1) Plot dan Alur Cerita, (2) Tokoh dan Penokohan.

(1) Darmawan (2012 dalam Nurlatifah, 2020) menjelaskan bahwa komik memiliki narasi yang terdiri dari rangkaian kejadian atau peristiwa yang menarik, atau disampaikan dengan cara yang menarik. Plot mengacu pada rangkaian peristiwa atau tindakan yang terjadi dalam suatu cerita untuk membentuk sebuah narasi. Alur mengacu pada cara plot disampaikan atau diorganisir dalam narasi.

Keduanya saling mempengaruhi dan membentuk cerita secara keseluruhan. Jenis-jenis plot adalah sebagai berikut:

- 1) *Gimmick*, berfungsi untuk menarik minat pembaca di awal cerita.
- 2) *Flashback*, mengenang kembali peristiwa masa lalu yang diceritakan kembali.
- 3) *Fore-shadowing*, berupa bayang-bayang yang mengisyaratkan peristiwa mendatang, seperti ramalan atau nasib yang akan dialami tokoh.
- 4) *Suspense*, rangkaian ketegangan yang menarik minat dan membuat pembaca penasaran.
- 5) *Surprise*, peristiwa tak terduga yang mengagetkan pembaca.
- 6) *Drama-irony*, pernyataan tokoh yang mengandung ironi dan terkait dengan peristiwa yang akan terjadi berbalik menimpa tokoh tersebut, memperkuat *suspense* dan *surprise* dalam cerita.

Eisner (1996 dalam Nurlatifah, 2020) juga menggambarkan struktur plot dalam komik, yang dimulai dengan pengenalan tokoh dan situasi. Selanjutnya, plot cerita berkembang secara perlahan hingga mencapai identifikasi masalah utama yang dihadapi. Setelah masalah diungkapkan, tokoh mulai menghadapinya dan mencari solusi hingga akhirnya menyelesaikan masalah tersebut.

(2) Tokoh merupakan pelaku yang mempunyai peran dalam suatu cerita. Sedangkan penokohan merupakan penggambaran dari tokoh-tokoh yang terdapat di dalam sebuah cerita. Beberapa cara pembuat komik menggambarkan penokohan yaitu melalui percakapan antar tokoh, pandangan tokoh satu terhadap tokoh lainnya, perilaku tokoh terhadap orang lain maupun lingkungan, dan pemikiran tokoh yang bersangkutan (Pratama & Krisnaswari, 2023).

Nurgiyantoro (2005) mengklasifikasikan tokoh dalam cerita fiksi menjadi beberapa kategori sebagai berikut; (1) Berdasarkan peran atau pentingnya tokoh dalam cerita, terdapat tokoh utama (*central character*) yang menjadi fokus utama penceritaan. Selain itu, ada tokoh tambahan atau tokoh periferal (*peripheral character*) yang muncul dalam cerita dalam jumlah yang lebih sedikit, tidak memiliki peran signifikan, dan kehadirannya terkait dengan tokoh utama, baik secara langsung maupun tidak langsung ; (2) Berdasarkan fungsinya, tokoh dapat diklasifikasikan menjadi tokoh sentral/utama dan tokoh bawahan/pendamping. Tokoh sentral atau tokoh utama adalah tokoh yang mengalami berbagai peristiwa penting dalam cerita. Tokoh sentral ini terbagi menjadi dua kelompok, yaitu tokoh sentral protagonis, yang memiliki watak positif atau menyampaikan nilai-nilai positif, dan tokoh sentral antagonis, yang bertentangan dengan protagonis atau menyampaikan hal-hal yang cenderung negatif. Tokoh protagonis dan antagonis selalu bersanding dalam setiap cerita, menciptakan daya tarik dalam narasi tersebut.

1.7.2.2. Elemen Visual

Elemen-elemen visual pada komik intinya sama dan hanya terdapat perbedaan dalam terminologi, baik yang diungkapkan oleh Will Eisner, Scott McCloud, Primadi Tabrani, maupun para ahli di bidang komik lainnya. Namun, secara umum, elemen-elemen visual dalam komik meliputi gambar, kata, balon kata, dan juga panel. Berikut adalah elemen-elemen visual dalam komik yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui berbagai sumber dan yang relevan dengan penelitian ini:

Elemen Visual Komik	Unsur Elemen Visual Komik	Teori Komik
Gambar	Karakter	Scott McCloud
	<i>Setting</i> atau latar	Scott McCloud
	Warna	Scott McCloud
<i>Phonogram</i>	<i>Onomatopoeia</i> (bunyi dan suara)	Scott McCloud
Balon Kata dan <i>Caption</i>	Balon kata / balon teks	Scott McCloud
	<i>Caption</i>	Scott McCloud
Panel	Transisi antar panel	Scott McCloud dan Kosmik
	Bingkai panel / <i>shot</i>	Scott McCloud
Simbolisme	Simbol dan <i>Tropes symbol</i>	Brenner dan Kosmik

Tabel 1. 1 Elemen Visual Komik dan Unsur-unsurnya

(Sumber: Tesis Nurlatifah (2020:28), dengan sedikit penyesuaian dari penulis)

1.7.2.2.1. Gambar

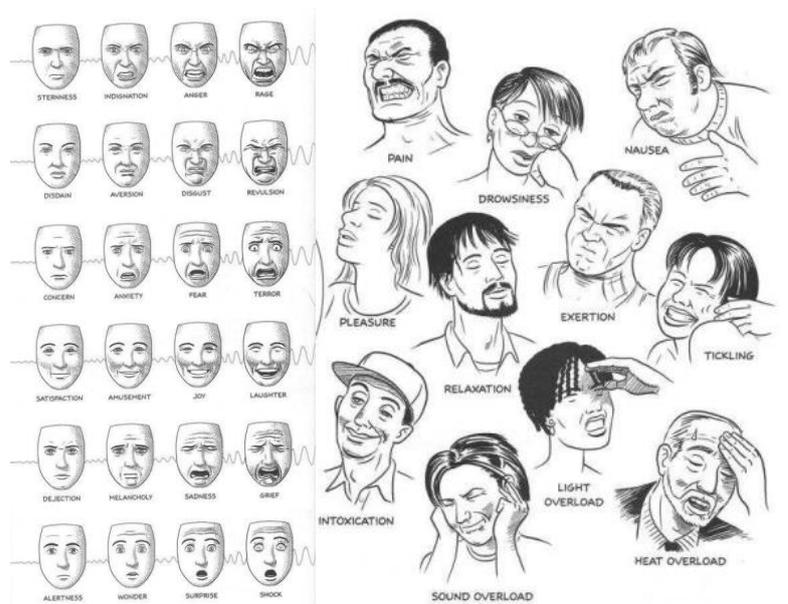
Scott McCloud (2001) berpendapat bahwa gambar atau ilustrasi dalam komik didasarkan pada tingkat kesamaan dengan realitas, dengan pilihan untuk mengikuti realitas secara dekat atau mengambil jarak darinya sehingga semakin menjauh dari realitas dan semakin menjadi abstrak. Dalam konteks ini, bahasa menjadi elemen paling abstrak dalam gambar komik. Berdasarkan hal tersebut, terlihat bahwa ada gaya gambar realis yang mendekati realitas dan gaya kartun yang semakin menjauh dari realitas dengan menyederhanakan bentuknya (McCloud, 2001). Gambar dalam komik dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu gambar karakter dan gambar latar/*setting*.

1.7.2.2.1.1. Gambar Karakter

McCloud (2007) menjelaskan bahwa terdapat tiga aspek utama dalam menciptakan karakter yang hidup dan meyakinkan, yaitu: 1) rancangan karakter, 2) ekspresi

wajah, dan 3) bahasa tubuh (*gesture*). Karakter yang menarik adalah mereka yang terlihat memiliki kepribadian atau jiwa yang kuat, ciri khas yang jelas, dan mengekspresikan diri dengan tegas (McCloud, 2007). Kepribadian atau jiwa tersebut bisa berhubungan dengan psikologi karakter yang unik, ideologi, atau memiliki visi dan misi tertentu. Ciri khas berhubungan dengan fisik atau pakaian karakter yang mencirikannya. Sedangkan, sikap ekspresif melibatkan tingkah laku dan ekspresi tubuh yang tercermin dalam wajah dan gerak tubuh (*gesture*).

Gambar 1. 1 Contoh Ekspresi Wajah dalam Komik



(Sumber: Buku *Making Comics* oleh Scott McCloud, 2007)

1.7.2.2.1.2. *Setting*/latar

Setting atau latar digunakan untuk menciptakan kesan mengenai ruang dan waktu dunia komik. *Setting* memiliki beragam bentuk, termasuk *setting* tempat yang mengindikasikan lokasi peristiwa, *setting* waktu yang menunjukkan kapan

peristiwa terjadi, dan *setting sosial* yang menggambarkan status sosial atau perilaku sosial yang ada dalam lingkungan sekitarnya (Nurlatifah, 2020).

1.7.2.2.1.3. Warna

McCloud (1993 dalam Yonkie & Nugroho U, 2017) dalam bukunya menjelaskan perbedaan antara komik hitam-putih dan komik berwarna yang dapat berpengaruh terhadap pengalaman membaca. Pada komik hitam-putih, ide-ide seni di dalamnya disampaikan dengan cara yang lebih langsung, sementara pada komik berwarna, ada lebih banyak ruang untuk mengungkapkan kreativitas seni dan eksplorasi.

1.7.2.2.2. Phonogram

Phonogram adalah salah satu elemen yang utama dalam komik yang mempengaruhi cara melihat dan membaca (Ardianto et al, 2018). Sebagai medium visual, komik “dipahami” bukan melalui pendengara, melainkan melalui indera penglihatan dengan membaca atau melihat gambarnya. Salah satu unsur pendukung *phonogram* dalam komik adalah *onomatopoeia*.

Onomatopoeia sering dipahami sebagai tiruan dari suara, tindakan, ataupun wujud bahasa sebagai konsep (Ardianto et al, 2018). Hadirnya *onomatopoeia* dalam versi bahasa tertentu tentu menyesuaikan konteks pembaca yang berlatar belakang sesuai dengan wilayahnya. Selain itu, *onomatopoeia* sebagai *phonogram* digunakan untuk mendukung visualisasi dalam komik. Penggunaan *onomatopoeia* mampu mendukung gagasan makna.

1.7.2.2.3. Balon Kata dan *Caption*

Jika panel mengatur dimensi ruang dan waktu, balon kata dan *phonogram* berfungsi untuk membatasi dialog dan narasi dalam komik. Balon kata digunakan sebagai tempat untuk menyampaikan teks komunikasi antar tokoh dalam cerita. Selain itu, balon kata dalam komik juga memiliki peran penting dalam mengungkapkan emosi atau intensitas suara dalam cerita (Nurlatifah, 2020). Balon kata memiliki dua fungsi utama. *Pertama*, sebagai tempat untuk dialog dan monolog karakter dalam cerita. *Kedua*, sebagai wadah untuk narasi atau penjelasan tambahan yang disebut *caption* (McCloud, 2001).

1.7.2.2.4. Panel

Panel atau bingkai dalam komik dapat diibaratkan sebagai *viewfinder* pada kamera yang berfungsi sebagai alat untuk melihat ke dalam dunia komik (Nurlatifah, 2020). Melalui panel, gambar-gambar yang diambil dengan *shot* tertentu akan ditampilkan.

Panel dalam komik dapat dikelompokkan berdasarkan garis bingkainya menjadi dua jenis, yaitu panel terbuka dan panel tertutup. Panel terbuka adalah panel komik tanpa garis pembatas di sekitarnya. Sementara itu, panel tertutup adalah panel komik yang dibatasi oleh garis pembatas, membatasi satu adegan gambar hingga tertutup di dalamnya.

Gambar 1. 2 Jenis Panel

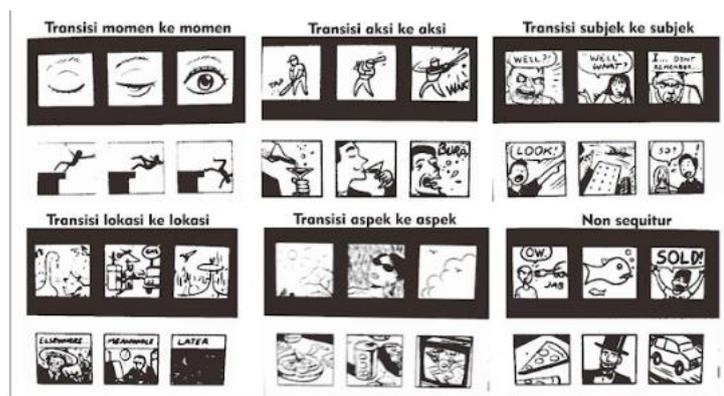


(Sumber: Seni Budaya, 2021)

1.7.2.2.4.1. Transisi Antar Panel

Panel dalam komik digunakan sebagai perpindahan adegan, dan setiap panel menampilkan aksi yang lengkap karena terhubung dengan plot dan adegan cerita secara keseluruhan. Terdapat enam bentuk transisi dari satu panel ke panel berikutnya, sebagaimana dijelaskan oleh McCloud (2007), yaitu:

Gambar 1. 3 Transisi Antar Panel dalam Komik



(Sumber: Seni Budaya, 2021)

- 1) Transisi momen ke momen: diilustrasikan sebagai satu tindakan tunggal dalam serangkaian momen. Transisi ini menampilkan aksi yang berlangsung perlahan, menangkap perubahan kecil, meningkatkan ketegangan, dan menciptakan kesan film di dalam halaman komik.
- 2) Transisi aksi ke aksi: transisi ini adalah transisi tunggal antara aksi-aksi dalam rangkaian. Efisien karena setiap panel hanya menampilkan satu momen per aksi, memandu plot, dan menjaga kelancaran alur cerita.
- 3) Transisi subjek ke subjek: menggambarkan serangkaian perubahan subjek yang terjadi pada waktu yang sama. Sangat efisien dalam menciptakan kemajuan alur cerita sambil memperubah sudut pandang pembaca.
- 4) Transisi lokasi ke lokasi: Melintasi jarak, ruang, dan waktu yang berbeda. Berguna untuk merangkum cerita sambil memberikan gambaran jarak dan jangka waktu antar lokasi.
- 5) Transisi aspek ke aspek: Berpindah dari satu aspek tempat, suasana hati, atau gagasan ke aspek lainnya. Membantu menyusun narasi yang berlangsung dalam satu rangkaian waktu, namun juga mencakup lompatan situasi untuk menonjolkan suasana hati dan tempat yang kuat (McCloud, 2008).
- 6) Non Sequitur: Merupakan rangkaian gambar atau kata yang tidak berhubungan satu sama lain. Transisi ini tidak mengembangkan cerita, sering muncul dalam komik eksperimental, dan menyajikan potongan-potongan tak masuk akal yang menyelip dalam cerita rasional.

1.7.2.2.4.2. Bingkai Panel / *Shot*

McCloud (2007) menjelaskan mengenai pilihan bingkai atau yang biasa disebut sebagai *shot*. Istilah *shot* digunakan dalam dunia film dan televisi untuk merujuk pada jarak antara kamera dan objek. Dalam komik, panel adalah tampilan dari kamera yang menyorot objek (Kosmik, 2020). Tipe *shot* ditentukan dari hubungan antara garis batas panel (bingkai) dan objek di dalamnya. Seperti jarak dekat jauh objek dengan bingkainya, tinggi rendah sudut pandang sorotan, dan lain sebagainya. Berdasarkan Kosmik (2020), terdapat berbagai macam *shot* dalam komik, yaitu jarak kamera, tinggi-rendah kamera, dan *shot* khusus.

1.7.2.2.5. Simbolisme

Komik memiliki berbagai simbol dan ‘bahasa rahasia’ yang berperan sangat besar. Simbol-simbol dalam komik bukan hanya berbentuk ikon, namun juga teknik visual yang digunakan untuk memperkuat impresi akan sesuatu dengan sekadar menggunakan garis karena tidak adanya suara atau gerak dalam komik seperti pada film.

Dalam komik, terdapat penggunaan tanda-tanda tertentu untuk menggambarkan emosi para tokoh. Brenner (2007 dalam Lestari & Dewi, 2020) menggunakan istilah "*tropes symbol*" untuk merujuk pada tanda visualisasi emosi yang khas dalam komik gaya Jepang. Penambahan unsur *tropes symbol* berperan penting dalam menggambarkan emosi. *Tropes symbol* adalah tanda-tanda tambahan yang muncul untuk menunjukkan emosi yang sudah diekspresikan dalam gambar. *Tropes symbol* memiliki variasi yang tergantung pada gaya ilustrasi pengarang dan

ditempatkan sesuai keinginan pengarang di tempat yang dianggap tepat. Dengan demikian, *tropes symbol* berfungsi sebagai representasi visual dari konsep emosi. *Tropes symbol* hadir untuk mempertahankan tingkat realisme yang maksimal atau *absolute* (Brenner, 2007 dalam Lestari & Dewi, 2020).

Gambar 1. 4 Contoh *Tropes Symbol*

TANDA	MAKNA
<i>Sweat drop</i>	gugup
<i>Cross popin</i>	kemarahan
<i>Blush</i>	malu
<i>Prominent canined tooth</i>	perilaku kebinatangan, lepas kendali
<i>Dog ears/tail</i>	memohon
<i>Drool</i>	tergiur
<i>Ghost drifting away from the body</i>	pingsan
<i>Snot bubble</i>	tertidur
<i>Shadow over face</i>	kemarahan yang ekstrim
<i>Glowing eyes</i>	tatapan intens
<i>Nosebleed</i>	terangsang
<i>Ice /snow</i>	menerima perilaku yang dingin
<i>Chibi</i>	keadaan emosi yang ekstrim

(Sumber: Lestari & Dewi, 2020))

1.7.3. Komik Digital Webtoon Sebagai Media Massa

Media massa merupakan sarana untuk berkomunikasi kepada khalayak yang luas, misalnya televisi, koran, majalah, komik, dan radio. Berdasarkan Cangara (2016), media dapat digolongkan sebagai media massa jika memiliki karakteristik berikut:

1. Melembaga, sumber atau pengelola media biasanya organisasi atau terdiri dari banyak orang.
2. Satu arah, berarti komunikasi yang dilakukan melalui media massa kurang memungkinkan untuk terjadinya percakapan antara pengirim dan penerima. Bahkan jika umpan balik mungkin terjadi, ini biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

3. Luas dan serentak, yang berarti bahwa pesan yang disampaikan akan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama dan cepat.
4. Terdapat penggunaan peralatan teknis atau mekanis.
5. Terbuka, yang berarti bahwa pesan yang disampaikan melalui media massa dapat diterima oleh siapapun dan di mana saja, dengan khalayak yang beragam atau heterogen.

Berdasarkan pengertian dan karakteristik tersebut, dengan demikian media massa merupakan alat yang sangat efektif untuk melakukan komunikasi massa dalam skala besar karena dapat mempengaruhi opini dan pandangan, merubah sikap maupun perilaku khalayak. Media massa bukan hanya sebuah alat atau sarana untuk menyebarkan informasi, lebih dari itu, media merupakan organisasi kompleks yang membentuk institusi sosial masyarakat yang penting dan memainkan peran utama dalam perjuangan ideologis (Littlejohn & Foss, 2009).

Di era modern saat ini, media massa sudah banyak mengalami perkembangan. Seperti pada komik, komik tidak lagi hanya terbatas pada lembaran-lembaran yang membentuk buku. Komik kini sudah dapat diakses melalui online yang biasa disebut dengan komik digital. Salah satunya yang populer di Indonesia adalah platform komik digital LINE Webtoon. Webtoon adalah salah satu media massa berbentuk komik digital untuk komunikasi massa dalam bentuk sastra gambar yang bersifat imajinatif. Webtoon merupakan media massa karena memenuhi karakteristik sebagai media massa. Antara lain; webtoon memuat pesan-pesan tertentu yang ditujukan kepada khalayak luas secara cepat dan dalam waktu yang sama, dapat dikonsumsi oleh masyarakat umum (siapa saja dan di mana saja),

webtoon juga terbit secara berkala sesuai dengan periode tertentu dan berkesinambungan sesuai dengan total jumlah episode yang diinginkan komikus.

Di dalam webtoon, sama halnya dengan jenis komik lainnya, penulis bisa dengan bebas menampilkan bagaimana pandangan dunianya secara langsung maupun melalui penggambaran dan interaksi antar tokoh-tokohnya, dan penulis dapat menawarkan renungan yang mustahil disampaikan secara langsung (Bonneff, 2008). Penulis menempatkan tokoh-tokoh yang ada di komik dalam situasi komunikasi melalui perilaku verbal yang ditandai dengan balon kata. Gambar pada komik bisa menggambarkan kepada pembaca tentang berbagai realitas yang terkadang sulit untuk dibayangkan, dengan demikian gambar komik dibuat cukup sederhana dan ringan dengan dialog berbentuk balon (Bonneff, 2008). Gambar juga dapat memberikan kontribusi terhadap beberapa unsur yang relevan untuk menggambarkan masalah yang lebih luas, yaitu gambaran yang khas Indonesia. Oleh karena itu, komik adalah produk konsumsi dan juga sebagai cermin masyarakat masa kini sekaligus fakta (Bonneff, 2008).

Dengan begitu, webtoon selain sebagai sarana hiburan, dapat juga digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak yang luas. Webtoon juga dapat menampilkan cerminan apa yang terjadi di dalam masyarakat saat ini. Dengan gambar dan teks yang dibuat sederhana dan menghibur, pesan yang ingin disampaikan oleh komikus bisa dilihat dan dibaca oleh khalayak dan lebih mudah dimaknai dan diterima.

Webtoon sebagai media massa juga dapat menjadi ruang untuk merepresentasikan variasi maskulinitas yang berbeda dari *hegemonic masculinity*,

seperti karakter laki-laki yang lebih sensitif atau menunjukkan emosi yang lebih terbuka. Dengan demikian, Webtoon dapat menjadi media yang dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat tentang laki-laki dan maskulinitas serta memperluas pandangan tentang variasi dalam konsep maskulinitas.

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Tipe/desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Garna (1999), peneliti dalam pendekatan kualitatif berusaha untuk memahami fenomena yang tidak memerlukan kuantifikasi atau karena fenomena tersebut tidak dapat diukur dengan tepat. Penelitian kualitatif lebih fokus pada makna yang subjektif, pada definisi, simbol atau gambaran dalam kasus tertentu.

Penelitian ini akan mendeskripsikan sebuah komik digital webtoon melalui simbol dan tanda. Simbol yang terdapat pada webtoon tersebut akan diterjemahkan menjadi sebuah gambaran mengenai *hegemonic masculinity*. Makna dan tanda akan dilihat sebagai realitas sosial. Penelitian kualitatif sangat mendukung penelitian ini karena tidak semua realitas sosial dapat diteliti dengan metode kuantitatif.

Pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan desain analisis semiotika model Roland Barthes, karena model ini dirasakan peneliti bisa mengeksplorasi simbol dan tanda dalam webtoon yang ingin dianalisis dengan memusatkan pada makna konotasi dan denotasi yang menjadi pusat dari analisis semiotika dari Roland Barthes.

1.8.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian utama dari penelitian ini adalah karakter tokoh utama laki-laki Webtoon *Terlalu Tampan* yaitu *Mas Kulin*, *Mas Okis*, dan *Pak Archewe*. Selain itu, terdapat karakter pendukung seperti tokoh ibu, mertua, teman, dan mantan kekasih, untuk kemudian dianalisis interaksinya dengan tokoh utama laki-laki.

1.8.3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1.8.3.1.Data Primer

Data primer atau data utama dalam penelitian ini diperoleh dari potongan gambar dan teks dalam Webtoon *Terlalu Tampan*. Data tersebut didapatkan melalui aplikasi LINE Webtoon yang dapat diakses melalui ponsel.

1.8.3.2.Data Sekunder

Penelitian ini juga menggunakan sumber tambahan yaitu data sekunder sebagai data pendukung dan juga untuk pengembangan kerangka berpikir yang diperlukan dalam penelitian. Data sekunder didapatkan dari buku yang membahas mengenai kajian gender khususnya maskulinitas, ilmu tentang tanda atau semiotika, kajian pustaka, dokumentasi, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dan dokumen-dokumen pendukung data lainnya.

1.8.4. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk pengumpulan data. Dokumentasi dapat diperoleh dari potongan gambar (*screenshot*) yang ada di dalam Webtoon *Terlalu Tampan*.

1.8.5. Unit Analisis Data

Unit analisis adalah informasi tentang variabel yang akan diolah dalam tahap analisis data. Dalam penelitian ini, unit analisis adalah sekuens gambar yang berisi serangkaian panel yang menunjukkan bagaimana karakter utama laki-laki tersebut digambar, diperlakukan, dan diplot dalam cerita, yang merepresentasikan karakteristik *hegemonic masculinity*. Mencakup tanda-tanda seperti postur, sikap, ekspresi wajah, kostum, dan aksesoris dari karakter utama laki-laki dalam webtoon, serta cara-cara di mana karakter laki-laki yang dianggap dominan digambarkan dalam hubungannya dengan karakter perempuan dan karakter laki-laki lainnya yang tidak masuk dalam kelompok yang dominan.

Unit analisis data diperoleh dengan melakukan pengamatan terlebih dahulu terhadap 100 episode dari Webtoon *Terlalu Tampan*, yang diupdate setiap hari Kamis sejak tanggal 6 Maret 2017 hingga 9 Maret 2018 lalu. Webtoon ini memiliki total 49 judul yang berbeda, dengan 32 judul episode yang selesai, dan 17 judul episode berseri atau bersambung. Setelah dilakukan pengamatan, peneliti memutuskan untuk mengambil 16 panel dari 4 sekuens dalam 3 episode berseri (episode 11, 19, dan 43) untuk dianalisis lebih lanjut karena dirasa paling banyak memuat momen kunci dalam penggambaran *hegemonic masculinity* dalam

webtoon. Episode 11 berjudul “Sejarah Pasangan Tampan (3)”, episode 19 berjudul “Sejarah Pasangan Tampan (8)”, sedangkan episode 43 berjudul “Strategi Orang Tampan (2)”.

1.8.6. Teknik Analisis Data

Dalam analisis data, peneliti akan terlibat dalam sebuah proses untuk mencari dan menyusun secara sistematis terkait data-data yang diperoleh dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, lalu peneliti akan memilih unit analisis mana yang akan dianalisis, kemudian membuat kesimpulan. Teknik analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan berdasarkan metode analisis Roland Barthes. Barthes mengidentifikasi tiga level analisis dalam semiotika: denotasi, konotasi, dan mitos. Semiotika Barthes menawarkan kerangka kerja analisis yang kuat untuk memahami bagaimana tanda-tanda dalam budaya populer menciptakan dan mengkomunikasikan ideologi sosial tertentu, termasuk gagasan tentang *hegemonic masculinity*. Tahapan dalam analisis data yang akan dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Peneliti melakukan observasi pada sekuens dan panel dari Webtoon *Terlalu Tampan* Episode 1-100, yang kemudian dibaca dan diamati sehingga dapat ditentukan unit analisis data yang akan dianalisa dengan mengidentifikasi unsur-unsur semiotik dalam Webtoon yang berkaitan dengan representasi dari karakteristik *hegemonic masculinity*, seperti kata-kata, gambar, atau simbol.
- 2) Melakukan analisis unsur semiotik tersebut dengan merujuk pada unsur sintagmatik dan paradigmatis melalui 5 kode pembacaan. Analisis ini dilakukan

untuk menentukan makna denotatif dan konotatif dari unsur-unsur semiotik dalam teks.

Pada analisis semiotika Roland Barthes, ada dua tahapan signifikansi yaitu analisis leksia dan kode pembacaan. Pada proses kode pembacaan akan terjadi analisis leksia atau analisis bahasa. Di dalam teks, setidaknya beroperasi lima kode pembacaan yang di dalamnya semua penanda tekstual (leksia) dapat dikelompokkan. Analisis leksia memfokuskan pada struktur kebahasaan dari teks, sementara kode pembacaan Barthes memfokuskan pada pemaknaan atau interpretasi dari teks. Dalam analisis leksia, peneliti mengidentifikasi unsur-unsur kebahasaan dalam teks seperti kata, frasa, dan kalimat, serta memetakan hubungan antara unsur-unsur tersebut. Peneliti juga dapat mengidentifikasi gaya bahasa, pengulangan, dan bentuk bahasa lainnya yang digunakan dalam teks. Setiap atau masing-masing leksia dapat dimasukkan ke dalam salah satu dari lima kode pembacaan Barthes. Sementara itu, dalam analisis lima kode pembacaan Barthes, peneliti memfokuskan pada makna-makna yang terkandung dalam teks. Lima kode pembacaan Barthes dapat membantu peneliti untuk mengenali aspek-aspek penting dalam teks seperti makna denotatif dan konotatif, cara teks membangun narasi dan mengatur makna, serta bagaimana teks memengaruhi pandangan pembaca. Berikut adalah lima kode pembacaan Roland Barthes:

- a. Kode Hermeneutik (kode teka-teki) berkaitan dengan harapan pembaca untuk menemukan "kebenaran" dari pertanyaan-pertanyaan yang muncul dalam teks. Dalam narasi, ada hubungan antara kemunculan suatu teka-teki dan penyelesaiannya dalam cerita (Sobur, 2014).

- b. Kode proarietik atau kode tindakan dianggap sebagai elemen yang penting dalam teks yang dibaca oleh orang; khususnya dalam teks-teks yang bersifat naratif. Kode ini berupa tindakan atau kemampuan untuk menentukan hasil atau akibat dari suatu tindakan secara rasional, sehingga kita dapat memahami dan mengenali kode lakuan atau peristiwa (Sobur, 2014).
- c. Kode simbolik adalah bagian dari pengkodean dalam fiksi yang memiliki karakteristik struktural yang khas. Kode simbolik adalah kode yang mengatur kontras antara tanda-tanda, yang menjadi elemen istimewa dalam sistem simbol Barthes (Sobur, 2014).
- d. Kode Kultural membantu membaca teks sebagai naratif atau cerita yang mengandung tindakan atau peristiwa. Kode kultural atau kode gnostic adalah kode dalam teks yang merujuk pada objek-objek yang sudah dikenal dan terkodifikasi dalam budaya (Sobur, 2014). Kode ini mencakup suara-suara kolektif dan anonim dari tanda-tanda yang berasal dari pengalaman dan tradisi manusia yang beragam, serta pengetahuan dan kebijaksanaan yang bersifat kolektif.
- e. Kode semik atau kode konotatif adalah bentuk makna tambahan atau isyarat yang mengindikasikan petanda-petanda khusus (Rahayu, 2022). Kode konotatif ini menyiratkan makna atau interpretasi yang berasal dari pembaca itu sendiri sebagai makna yang tidak sebenarnya atau lebih dari makna yang terlihat secara jelas.

- 3) Mengidentifikasi dan menganalisis mitos yang terkandung dalam representasi *hegemonic masculinity* yang ditemukan dalam webtoon. Analisis sintagmatik dan paradigmatis yang telah dilakukan dapat membantu untuk menentukan bagaimana tanda-tanda yang saling berhubungan membentuk makna mitos.
- 4) Evaluasi hasil analisis untuk menarik kesimpulan tentang representasi *hegemonic masculinity* dalam Webtoon *Terlalu Tampan*.

1.9. Kriteria Kualitas Penelitian

Goodness criteria atau kualitas penelitian adalah penilaian kualitas suatu penelitian dari kriteria yang berlaku dalam paradigma yang didasarkan pada asumsi ontologis, epistemologi, dan aksiologi. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis, sehingga kualitas penelitian dijelaskan sebagai proses penyelidikan (*inquiry*) dari konteks historis (*historical situatedness*), yaitu sejauh mana penelitian memperhatikan konteks realisme historis dibentuk oleh nilai-nilai sosial, budaya, ekonomi, dan politik (Hidayat, 2008)

1.10. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada representasi *hegemonic masculinity* yang ditampilkan melalui tokoh utama laki-laki dalam Webtoon *Terlalu Tampan*, yang tercermin melalui teks dan gambar yang ada dalam webtoon tersebut. Maka dari itu, penelitian ini tidak mengeksplorasi konteks bagaimana pesan-pesan dalam webtoon itu dibuat dari sudut pandang penulis dan pemaknaan khalayak yang pernah membaca webtoon tersebut.