

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Hasil yang diperoleh dari penelitian kepada informan setelah melakukan wawancara dan dianalisis menggunakan teknik *encoding-decoding* dari Stuart Hall mengenai *new masculinity* dalam video NCT *New Year Book* menunjukkan bahwa informan cenderung berada pada posisi *dominat-hegemonic*, di mana mereka dapat menerima pesan maskulinitas baru yang disampaikan melalui video NCT *New Year Book*. Informan merasa setuju bila pria dapat berpenampilan atau berperilaku feminin seperti yang disampaikan melalui video tersebut.

Namun, berdasarkan *frame of reference* dan *field of experience* dari kelima informan, yaitu perbedaan budaya maskulinitas antara Indonesia dan Korea Selatan, membuat informan memiliki pandangan tersendiri mengenai maskulinitas baru dalam video NCT *New Year Book*. Bagi informan yang berasal dari Korea Selatan mereka dapat menerima mengenai maskulinitas baru karena telah terbentuk sejak era Bae Yoon Jung dari Winter Sonata dan industri *entertainment* Korea Selatan terutama dari idol pria yang merubah pandangan mengenai maskulinitas dikarenakan penampilan mereka dapat dikatakan cantik tetapi juga *manly* (*kkonminam-jiseungdol*), sehingga mengubah konstruksi maskulinitas baik secara budaya maupun nasional . Sedangkan di Indonesia sendiri masih belum terbiasa dengan bentuk maskulinitas baru tersebut, namun dari segi *soft masculinity*, sedangkan berdasarkan konsep metroseksual, informan Indonesia dapat menerima karena menganggap penampilan dan gaya hidup

merupakan hal yang penting, sehingga beberapa dari mereka menolak atau menegosiasikan pesan maskulinitas baru dalam konsep *soft masculinity* pada video NCT *New Year Book*.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian mengenai *new masculinity* tidak hanya dapat diteliti dengan metode analisis *reception analysis*, tetapi juga dapat diteliti dengan metode analisis semiotika dan fenomenologi. Dengan metode analisis semiotika, penelitian selanjutnya dapat meneliti tanda dan lambang mengenai *new masculinity* dalam video atau film, sedangkan fenomenologi, penelitian selanjutnya dapat meneliti pengalaman individu yang memiliki karakteristik pria *new masculinity*.

V.2.2 Saran Praktis

Konsep video NCT *New Year Book* dapat dijadikan inspirasi untuk membuat video yang bertemakan *new masculinity*, akan tetapi diharapkan pengambilan adegan atau pun gerak kamera tidak banyak menggunakan teknik zoom sehingga penonton dapat merasa lebih nyaman dan dapat menerima pesan *new masculinity*. Peneliti berharap media dapat menampilkan lebih banyak pesan mengenai *new masculinity*, terutama media Indonesia, untuk menunjukkan bahwa pria yang memiliki karakteristik yang feminin dan melakukan perawatan diri juga dapat dikatakan sebagai pria maskulin.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Baran, J. Stanley dan Davis, Dennis K.. (2012). *Mass Communication Theory*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Barker, Chris. (2011). *Cultural Studies*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Beynon, John. (2002). *Masculinities and Culture*. USA: Open University Press.
- Chapman, Rowena dan Rutherford, Jonathan. (1988). *Male Order: Menguak Maskulinitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Connel, R.W. (2005). *Masculinities: Second Edition*. California: University of California Press.
- Davis, Helen. (2004). *Understanding Stuart Hall*. London: SAGE Publication.
- Hall, Stuart. (2013). *Representation*. London: SAGE Publication.
- Jensen, Klaus Bruhn dan Jankowski, Nicholas W. (1991). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. New York: Routledge.
- Jung, Sun. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Kuwahara, Yasue. (2014). *The Korean Wave Korean Popular Culture in Global Context*. United States: Palgrave Macmillan.
- Lindsey, Linda L. (2015). *Gender Roles A Sociological Perspective: Sixth Edition*. New York: Routledge.
- Lindolf, Thomas. R dan Taylor, Bryan C. (2011). *Qualitative Communication Research Methods: Third Edition*. USA: SAGE Publication.
- Mosse, L. George. (1996). *The Image of Man*. New York: Oxford University Press.
- Pilcher, Jane dan Whelehan, Imelda. (2004). *50 Key Concept in Gender Studies*. London: SAGE Publication.

Stillman, David dan Stillman, Jonah. (2017). *Generasi Z*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wahyuni, Sri. (2012). *Qualitative Research Method: Theory and Practice*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Jurnal:

Astuti, Pratiwi Try. (2016). Penerimaan Penggemar K-Pop terhadap Gambaran Pria Soft Masculine Boyband EXO di Music Video “Miracle in December. *Jurnal E-Komunikasi*. 4(1), 1-12.

Chiu, C.L, Wang, Qiyue, Ho, Han-Chiang, Zhang, Jiang, dan Zhao, Fuso. (2019). Metrosexual Trend in Facial Care Product: Analysis of Factors that Influence Young Chinese Men Purchasing Intention. *Journal of Global Fashion Marketing*. 10(4), 377-397.

Jang, Eugene, Park, Sojeong, Lee, Jee Won, dan Hong, Seok-Kyeong. (2019). Beautiful and Masculine: Male Make-Up YouTubers and Heteronormativity in South Korea. *The Journal of Popular Culture*. 52(3), 678-702.

Kartika, Sekar H.R dan Wirawanda, Yudha. (2019). Maskulinitas dan Perempuan: Resepsi Perempuan terhadap Soft Masculinity dalam Variety Show. Calathu: *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1(1), 23- 41.

Mellawati, Arnie, Maryani, Eni, dan Aristi, Nindi. (2017). Representasi Laki-laki Metroseksual dalam Iklan Vaseline Men Face Moisturizer. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. 2(1), 10-17.

Mulyana, Ahmad. (2014). Representasi Gaya Hidup Pria Metrosexual di Majalah Pria Ibukota. *Jurnal Visi Komunikasi*. 13(1), 69-86.

Octaningtyas, V.A. (2017). Representasi Maskulinitas Boyband dalam Video Klip. *Kemadha*. 6(2), 57-68.

Pompper, Donnalyn. 2010. Masculinities, the Metrosexual, and Media Images: Across Dimensions of Age and Ethnicity. *Sex Roles*. 63, 682-696.

Tanjung, Sumekar. (2012). Pemaknaan Maskulinitas pada Majalah

- Cosmopolitan Indonesia. *Jurnal Komunikasi*. 6(2), 91-103.
- Wulantari, R.A. (2012). Konstruksi dan Reproduksi Maskulinitas Kelompok Muda Urban Kelas Menengah. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. 1(2), 53-65.
- Wulan, Nur. (2015). “Cowok Be Gantle”: Maskulinitas Mahasiswa Laki-laki Muslim Surabaya. *Jurnal Lakon* 4(1), 1-23.
- Wulan, Nur. (2014). Konstruksi Maskulinitas Ideal Melalui Konsumsi Budaya Populer oleh Remaja Perkotaan. *Jurnal Mozaik*, 14(1), 1-14.
- Yoon, Paul. J. (2009). Asian Masculinities and Parodic Possibility in Odaiko Solos and Filmic Representations. *Asian Music*. 40(1), 100-130.

Sumber Online:

- ARIRANG. Why More Korean Man are Buying and Using Cosmetics. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=no-JZxfpOck&t=113s>. Diakses pada: 28 Oktober 2020
- BBC. (2018). *Flowerboys and The Appeal of ‘Soft Masculinity’ in South Korea*. Diakses pada 12 Januari 2020. Link: <https://www.bbc.com/news/world-asia-42499809>.
- BigHit Labels. (2013). *BTS “No More Dream”*. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=ZjEnJif3mGM>. Diakses pada: 25 Oktober 2020.
- Haryadi. *Penting gak Penting Male Grooming*. Link: <https://www.goodmen.id/important-not-important-male-grooming/>
- Inside Radio. (2018). *K-Pop Gains Traction With Gen Z, As WWO Launches New Podcast*. Link: http://www.insideradio.com/free/k-pop-gains-traction-with-gen-z-as-wwo-launches/article_b63b9e96-649e-11e8-925c-bf31139f3a35.html. Diakses pada: 4 Maret 2020.
- Jones, Nate. 2017. *The Future of Masculinity Looks Like*. Link: <https://verygoodlight.com/2017/09/11/the-future-of->

masculinity-looks-like-this/. Diakses pada: 4 Maret 2020

JYP Entertainment. 2018. *StrayKids "Hellevator" Teaser*. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=WzGCuo6K98>. Diakses pada: 25 Oktober 2020.

Koreaboo. 10 Aegyo Uniques That'll Make Any Oppa Fall in Love. Link: <https://www.koreaboo.com/lists/top-best-effective-cute-aegyo-techniques-love/>

KQ Entertainment. 2018. *ATEEZ "Treasure EP.1: All To Zero (Pirate King) Teaser"*. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=Y2kBWW8v4NY>. Diakses pada: 25 Oktober 2020

My Drama List, Link: <https://mydramalist.com/people/479-bae-yong-jun>. Diakses pada: 12 Januari 2020.

Monsta X. *SOMEONE'S SOMEONE*. Link: https://www.youtube.com/results?search_query=monsta+x+someone+someone+mv. Diakses pada: 14 Januari 2021

NCT Twitter Official, Link: <https://twitter.com/NCTsmtown>. Diakses pada: 26 Februari 2020.

Putri, Aditya Widya. (2020). *Penggemar K-Pop Indonesia adalah Ladang Emas Oppa Korea*. Link: tirto.id/penggemar-k-pop-indonesia-adalah-ladang-emas-oppa-korea-eroc. Diakses pada: 19 Februari 2020.

Rapp, Jessica. (2020). *South Korean Men Lead the World's Male Beauty Market. Will the West Ever Follow Suit?* Link: <https://edition.cnn.com/style/article/south-korea-male-beauty-market-chanel/index.html>. Diakses pada: 4 Maret 2020.

Reddit.com, Link: https://www.reddit.com/r/kpop/duplicates/7u1kfx/nct_2018_yearbook_1/. Diakses pada: 26 Februari 2020.

Ryan Kwon. *Do Korean Guys Wear Make Up* Link: <https://youtu.be/UuaAk2-Jqho>. Diakses pada: 28 Oktober 2020

SMTOWN Official Youtube. *NCT "New Year Book"*. Link: <https://www.youtube.com/user/SMTOWN> Diakses pada: 12 Januari 2020.

Theconversation. *Dari Rangka ke Khudori, "Laki-laki Baru", di Film Indonesia*. Link: <https://theconversation.com/dari-rangka-ke-khudori-laki-laki-baru-di-film-indonesia-82759>

Putri, Aditya Widya. (2020). *Penggemar Kpop Indonesia adalah Ladang Emas Oppa Korea*. Link: <https://tirto.id/penggemar-k-pop-indonesia-adalah-ladang-emas-oppa-korea-eroc>. Diakses pada: 4 Maret 2020

Yong Company YongHyeon. *Thing Korean Guys Do*. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=2RkT6LRo-zc&t=337s>. Diakses pada: 28 Oktober 2020