ANALISIS RESEPSI MASKULINITAS DALAM

VIDEO VICE INDONESIA EDISI *"BREAK THE STEREO"*

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan

mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Broadcasting

Disusun Oleh:

Renaldo Gunawan

07031181722121

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021

LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Resepsi Maskulinitas Dalam Video Vice Indonesia Edisi

"Break The Stereo"

Skripsi

Oleh :

Renaldo Gunawan

07031181722121

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 05 Agustus 2021

Pembimbing :	Tanda Tangan
1. Dr. Andries Lionardo, S. IP., M. Si. NIP. 197905012002121005	----------
2. Rindang Senja Andarini, M. Ikom NIP. 198802112019032011	----------
Penguji :	**Tanda Tangan**
1. Dr. M. Husni Thamrin, M. Si NIP. 196406061992031001	----------
2. Faisal Nomaini, S. Sos., M. Si NIP. 198411052008121003	----------

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,	Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,
Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si NIP. 196311061990031001	**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si** NIP. 197905012002121005

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Renaldo Gunawan
NIM	:	07031181722121
Tempat dan Tanggal Lahir	:	Curup, 14 April 1999
Program Studi/Jurusan	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	Analisis Resepsi Maskulinitas dalam Video Vice Indonesia edisi *"Break The Stereo"*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,

Renaldo Gunawan
NIM. 07031181722121

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Semakin tinggi sekolah bukan berarti semakin menghabiskan makanan orang lain. Harus semakin mengenal batas .

-Pramoedya Ananta Toer, dalam Anak Semua Bangsa.

KALO BELUM JALAN HARI INI,
MAKA HARUS SIAP LARI ESOK HARI.

"Udah, ujung-ujungnya bakalan selesai kok. Kalo diselesain"

-Aldorgunawan, dalam pengerjaan skripsi ini.

Skripsi ini dibuat pada masa pandemi.

Saya persembahkan untuk diri pribadi, keluarga,

serta civitas akademika lainnya.

Perjalanan baru segera dimulai, semoga bisa terus berkembang dan bertahan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nyalah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul Analisis Maskulinitas dalam Video Vice Indonesia edisi*"Break The Stereo"*. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai pemenuhan salah satu syarat dari rangkaian proses panjang yang telah ditempuh oleh penulis untuk meraih gelar sarjana strata 1 Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

Hadirnya proposal skripsi ini tak terlepas dari bantuan, dukungan, dorongan, serta keikut sertaan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis atas nama pribadi mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang begitu besar kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku rektor Universitas Sriwijaya yang telah berjasa memfasilitasi kampus sehingga saya dan mahasiswa lain dapat berkuliah,

2. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M. Si., dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang sangat berperan dalam penerapan pendidikan di tingkat fakultas,

3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S. IP., M.Si., ketua jurusan Ilmu Komunkasi Universitas Sriwijaya sekaligus pembimbing I saya yang senantiasa menginspirasi mahasiswa Ilmu Komunikasi pada umumnya sekaligus membimbing saya dalam menyelesaikan proposal skripsi ini,

4. Bapak Faisal Nomaini S.Sos.,M.Si., selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya sekaligus mentor, terimakasih atas pengetahuan sekaligus berbagai macam pengalaman yang telah diberikan,

5. Mbak Rindang Renja Andarini M. Ikom, salah satu dosen terbaik jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang pada kesempatan kali ini menjadi pembimbing II. Betapa beruntungnya saya dibimbing serta diarahkan oleh dosen yang begitu baik dan sabar seperti mbak Rindang,

6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya, terimakasih atas ilmu dan waktunya,

7. Mbak Elvira Humairah, selaku admin jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah begitu sabar dan tak pernah berhenti dalam menghadirkan informasi-informasi penting bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi,

8. Seluruh staff dan karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Indralaya, terimakasih atas jasa-jasanya,

7. Rekan-rekan informan, Fahrezy, Imannuel, Hamid dan Diaz, terimakasih telah bersedia meluangkan waktu untuk dapat diwawancarai,

8. Rekan-rekan seperjuangan Ilmu Komunikasi 2017 terimakasih, proses yang kalian perlihatkan turut membuat diri ini juga ikut berprogress,

9. Partner magang, Chita, Eunike, Cikar, Hamid, terimakasih atas cipratan semangatnya,

9. Sanak sagalo di Ikmabira Sumsel, Jikmah, Dinda, Teguh, Gilang, Husen, Pendra, abang-abang, ayuk-ayuk, adek-adek, terimakasih telah menjadi tempat berproses serta menghadirkan figur rumah di tanah rantau,

10. Core Team Mudo Sosial Ekspedisi, terimakasih atas berbagai macam perjalanan dan pengalaman,

11. Keluarga besar Videografi Unsri, terimakasih telah menghadirkan tempat untuk berproses,

12. Sohib seperdudukan, rekan-rekan kajian ilmiah, Hamid, Juju, Ihsan, Adid, Cikar, Kido dan Hucen, terimakasih atas segala momen di beberapa tahun belakangan ini, semoga canda dan tawa yang seringkali hadir tak lekang oleh waktu, hingga kelak masing-masing dari kita menemui kesuksesan

13. Sahabat Kece, Riri, Dwik, Deby, Nada, Ajijah, Audina, Elvan, Ival, Apri, terimakasih atas segala bentuk bantuan, semoga terus terjaga ikatan keluarga antara kita,

14. Vatera Yulizar Arifin, terimakasih telah hadir kemudian membersamai. Semoga kita bertahan lama,

15. Kak Tarjik dan keluarga, terimakasih atas segala bentuk kebaikan selama dirantau,

16. Ayuk-ayuk tercinta, terimakasih telah mendukung dan membantu adik bungsunya ini,

17. dan yang terakhir teruntuk kedua orangtua saya, Alm. Hamdan Aliawan BA dan Narul Haniah, terimakasih atas segalanya. Semoga anakmu ini dapat terus tumbuh berkembang serta menghadirkan kebanggaan bagi keluarga kecil kita.

Saya percaya dan meyakini bahwa kebaikan kalian semua akan terus diingat oleh yang maha kuasa serta akan terbalaskan, entah itu melalui saya sendiri nantinya ataupun melalui jalan-jalan lain. Terimakasih semuanya, semoga senantiasa diberkahi oleh Allah Swt.

Indralaya, 2021

Renaldo Gunawan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan serta posisi khalayak dari tiga posisi pembaca yang dikemukakan Stuart Hall melalui dua video series Vice Indonesia edisi *"Break The Stereo"* yang membicarakan tentang stereotipe maskulinitas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode analisis resepsi. Metode pengumpulan data menggunakan studi dokumentasi dan wawancara mendalam. Sedangkan informan dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa informan memahami maskulinitas sebagai konsep kelaki-lakian yang meliputi otot, fisik, serta dominasi peran laki-laki. Sementara itu, bila pendapat para informan dikategorikan ke tiga posisi pembaca yang dikemukakan oleh Stuart Hall, maka pada penelitian ini ada tiga informan yang menempati posisi negosiasi dan 1 informan posisi oposisi di video pertama. Lalu pada video kedua, tiga informan berada pada posisi hegemonik dominan dan satunya lagi berada pada posisi oposisi.

Kata Kunci : Analisis Resepsi, Stereotipe, Gender, Maskulinitas

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si	**Rindang Senja Andarini, M.I.Kom**
NIP. 197905012002121005	**NIP. 198802112019032011**

Inderalaya, 17 Juli 2021
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the meaning and position of the audience from the three reader positions proposed by Stuart Hall through the two video series of Vice Indonesia edition of "Break The Stereo" which discusses the stereotype of masculinity. This research uses a qualitative research method with reception analysis method. Methods of data collection using documentation studies and in depth interviews. Whereas the informants were selected based on purposive sampling. The conclusion of this study shows that the informants understand masculinity as a male concept which includes muscles, physique, and male dominance. At the same time, when the informants opinion categorized into three reader positions by Stuart Hall, in this research there are three informants who occupy the negotiating position and one informant in the opposition position in the first video. Then in the second video, three informants are in a dominant hegemonic position and the other is in an opposition position.

Keywords : Reception Analysis, Stereotype, Gender, Masculinity

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si	**Rindang Senja Andarini, M.I.Kom**
NIP. 197905012002121005	**NIP. 198802112019032011**

Inderalaya, 17 Juli 2021
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR ORISINALITAS ii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN iii

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAK vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiv

BAB 1 1

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 6

1.3. Tujuan Penelitian 6

1.4. Manfaat Penelitian 6

1. Manfaat Teoritis 6

2. Manfaat Akademis 6

3. Manfaat Praktis 6

BAB II 7

TINJAUAN PUSTAKA 7

2.1 Penelitian Terdahulu 7

2.2 Landasan Teori 9

2.2.1 Wacana 9

2.2.2 Stereotip 11

2.2.3 Gender 13
2.2.4 Maskulinitas 15
2.2.5 Analisis Resepsi 17
2.2.6 Teori Analisis Resepsi Stuart Hall 18
2.3 Teori Yang Digunakan 21
2.4 Kerangka Pemikiran 22
2.5 Alur Pemikiran 23
BAB III 24
DESAIN PENELITIAN 24
3.1 Metode Penelitian 24
3.2 Fokus Penelitian 25
3.3 Unit Analisis Penelitian 26
3.4 Kriteria Informan dan Informan Penelitian 26
3.5 Data dan Sumber Data 27
3.6 Teknik Pengumpulan Data 28
3.7 Teknik Analisis Data 28
3.8 Teknik Keabsahan Data 29
BAB IV 31
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 31
4.1 Profil Rumah Produksi 31
4.1.1 Profil Vice Indonesia 31
4.2 Video Vice Indonesia edisi *"Break The Stereo"* 33
4.2.1 Sinopsis Video *Masculinity Meets Fashion With* Toton Januar 35
4.2.2 Sinopsis Video *Dancing And Dreaming With* Siko Setyanto 36
4.3 Profil Produser 37
4.3.1 Profil Rizky Rahadianto 37

4.4 Profil Informan 39

BAB V 41

HASIL DAN PEMBAHASAN 41

5.1 *Encoding* Video Vice Indonesia Edisi *"Break The Stereo"* 41

5.2 *Decoding* Video Vice Indonesia Edisi *"Break The Stereo"* 46

5.2.1 *Decoding Dancing And Dreaming* With Siko Setyanto 51

5.2.2 *Decoding Masculinity Meets Fashion With* Toton Januar 59

5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses *Decoding* 70

BAB VI 75

PENUTUP 75

6.1 Kesimpulan 75

6.2 Saran 77

DAFTAR PUSTAKA 78

LAMPIRAN 83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Vice Indonesia..... 2

Gambar 1.2 Cuplikan Video *Dancing And Dreaming With* Siko Setyanto : *Break The Stereo*..... 3

Gambar 2.1 Proses Konstruksi Realitas dalam Pembentukan Wacana.....8

Gambar 2.2 Skema Encoding-Decoding Stuart Hall.....14

Gambar 4.1 : Halaman depan website Vice Indonesia.....25

Gambar 4.2 : Berbagai macam akun Instagram Vice di dunia.....26

Gambar 4.3 : Berbagai macam akun media sosial Vice Indonesia.....26

Gambar 4.4 : Cuplikan video *Masculinity Meets Fashion With* Toton Januar.....27

Gambar 4.5 : Cuplikan video *Masculinity Meets Fashion With* Toton Januar.....28

Gambar 4.6 : Cuplikan video *Dancing And Dreaming With* Siko Setyanto.....28

Gambar 4.7 : Foto Rizky Rahadianto.....30

Gambar 5.1 : Salah satu aktivitas Toton sebagai seorang desainer.....35

Gambar 5.2 : Salah satu gerakan tari yang diperagakan oleh Siko Setyanto.....36

Gambar 5.3 : Salah satu keterangan yang diutarakan oleh Siko Setyanto.....52

Gambar 5.4 : Pengalaman siko saat ditanya tentang pilihannya.....54

Gambar 5.5 : Gambaran stigma masyarakat yang diterima oleh Siko.....56

Gambar 5.6 : Siko yang terharu saat bercerita tentang kecintaannya terhadap tari..... 57

Gambar 5.7 : Toton ketika merespon pandangan sinis orang terhadap pilihannya..... 60

Gambar 5.8 : Keterangan Toton mengenai latar belakang masa kecilnya.....61

Gambar 5.9 : Pendapat Toton mengenai *fashion*..... 63

Gambar 5.10 : *Fashion* yang dalam pendapat Toton memberinya kenyamanan...64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....6

Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....19

Tabel 5.1 Resepsi khalayak terhadap video-video Vice Indonesia edisi *"Break The Stereo"*.....43

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbicara mengenai maskulinitas erat kaitannya dengan pembicaraan mengenai femininitas. Istilah maskulinitas maupun feminin telah menjadi frasa yang tak asing lagi bila kita berbicara tentang gender. Sebagai pemahaman bersama, gender bukanlah sesuatu yang didapatkan sedari lahir dan bukan juga sesuatu yang mutlak dimiliki, melainkan sesuatu yang hadir sebagai buah dari proses sosial yang dilakukan. Menurut Harriet Bradley dalam Mellisa Houghtaling (2009) gender adalah konstruksi sosial, sebuah kategori yang digunakan oleh manusia sebagai cara membagi dan memahami dunia yang mereka rasakan di sekitar mereka. Sebagai sebuah konstruksi sosial, Bradley mengakui, gender bukanlah sesuatu yang tetap melainkan bervariasi sesuai dengan waktu, tempat dan budaya. Sejarah perbedaan gender (*gender differences*) antar manusia terjadi melalui proses yang begitu panjang. Oleh karena itu terbentuknya perbedaan-perbedaan gender dikarenakan oleh banyak hal, diantaranya dibentuk, disosialisasi, diperkuat, bahkan dikonstruksi secara sosial atau kultural, melalui ajaran keagamaan maupun negara (Fakih, 2008).

Maskulinitas yang merupakan bagian dari gender itu sendiri sejak dahulu secara kultural telah dipahami bersama ditengah masyarakat. Istilah maskulinitas sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Inggris "*muscle*" atau otot, yaitu sifat-sifat yang hanya mendasarkan pada kekuatan otot atau fisik (Smiler, 2004). Maskulinitas merupakan sebuah bentuk konstruksi kelelakian terhadap laki-laki. Laki-laki tidak dilahiran begitu saja secara natural dengan sifat maskulinitasnya, hal ini dikarenakan maskulinitas dibentuk oleh kebudayaan. Senada dengan yang disebutkan Barker bahwa hal yang menentukan sifat perempuan dan laki-laki adalah kebudayaan (Barker dalam Nasir, 2007:1).

Stereotipe yang berkembang dewasa ini memperlihatkan masyarakat yang meyakini bahwa *"almost without thinking, what gestures, styles of dress and*

grooming, and ways of walking and talking are considered normal for men and women. If a male acts 'masculine' if his posture, talk, friends, dating, and job conform to masculine norms, his gender identity as a man will be taken for granted. If a male acts feminine, he may not be considered a normal man" (Seidman, Nancy, dan Meeks, 2006) yang bila disederhanakan ke dalam bahasa Indonesia memiliki pemahaman bahwa seluruh bahasa tubuh yang normal adalah ketika laki-laki memiliki karakter maskulin dan perempuan memiliki karakteristik feminin. Pengkategorian ini membentuk identitas gender. Menurut Samovar (2007), identitas gender merupakan makna dan interpretasi seseorang akan 'kelelakian' dan 'kewanitaan'. Sehingga gender selalu dikaitkan dengan jenis kelamin. Padahal, menurut Lips (1988), gender bukan produk dari jenis kelamin yang mana secara anatomi, jenis kelamin menunjukkan laki-laki dan perempuan; sedangkan gender dikonstruksi secara sosial, budaya dan psikologis menjadi maskulin dan feminin. Gender adalah sebuah keadaan dimana individu lahir secara biologis sebagai laki-laki dan perempuan, kemudian memperoleh pengkategorian secara sosial sebagai laki-laki dan perempuan melalui atribut-atribut maskulinitas dan femininitas yang sering didukung oleh nilai-nilai atau sistem simbol masyarakat yang bersangkutan (Branston & Stafford, 2010)

Secara umum, stereotipe maskulinitas yang tumbuh di tengah masyarakat menganggap tinggi nilai-nilai, antara lain kekuatan, kekuasaan, ketabahan, aksi, kendali, kemandirian, kepuasan diri, kesetiakawanan laki-laki, dan kerja. Sementar yang dipandang rendah adalah hubungan interpersonal, kemampuan verbal, kehidupan domestik, kelembutan, komunikasi, perempuan, dan anak-anak (Barker dalam Nasir, 2007: l). Anggapan inilah yang kemudian berkembang menjadi cerminan bagaimana seorang laki-laki harus berlaku dan berbuat. Stets & Burke (2000) menyebutkan bahwa *gender roles* adalah segala harapan tentang perilaku yang diberikan terhadap satu gender; wanita dan pria. Masyarakatlah yang membentuk keyakinan bahwa seorang pria dan wanita memiliki kewajiban untuk memelihara perilakunya sesuai dengan peran yang seharusnya mereka lakoni dikehidupan bermasyarakat. Littlejohn & Foss (2009) mengatakan bahwa teori ini digunakan untuk mengidentifikasi seseorang dalam kehidupan bermasyarakat sebagai seorang perempuan dan pria dengan peran yang

dijalaninya berdasarkan struktur sosial yang ada. Weatherall (2002) menambahkan bahwa teori inilah yang menerangkan peran apa saja yang harus seorang wanita maupun pria lakukan diberbagai lapisan masyarakat. Weatherall (2002) mengatakan bahwa *gender roles* adalah bahasa yang menganalogikan batasan peran yang harus dilakoni oleh setiap gender; perempuan dan laki-laki. Oleh karena itu, stereotipe yang sama halnya dengan pelabelan menjadi instrumen penting dalam berkembangnya suatu anggapan ditengah masyarakat. Hal ini dikarenakan stereotipe memiliki hubungan yang erat dengan hasil generalisasi dari orang ke orang.

Disisi lain, fenomena yang terjadi saat ini memperlihatkan sebuah keadaan yang mana bila seorang laki-laki tidak mampu memenuhi nilai-nilai maskulin atau berada dalam posisi yang bersebrangan pada nilai-nilai maskulin yang telah melekat di masyarakat, maka seorang laki-laki tersebut akan dengan mudah mendapatkan sanksi-sanksi sosial berupa pandangan negatif dan berbagai tekanan lainnya dari masyarakat. Tradisi pelabelan maskulinitas tersebut dalam kesehariannya menyebabkan tak sedikit laki-laki yang merasa gagal dan tak berguna jika dirinya tak mampu memenuhi elemen-elemen stereotipe maskulinitas yang ada. Alhasil seperti yang dipublikasikan Merdeka.com, penelitian terbaru mengatakan bahwa laki-laki yang merasa kurang maskulin cenderung untuk berbuat kekerasan. Hal tersebut dibuktikan melalui penelitian dari *Men's Fitness*, penelitian tersebut dilakukan terhadap 600 supir truk dengan rentang usia 18 hingga 50. Lewat penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ketika laki-laki merasa bahwa penampilannya kurang maskulin, mereka akan cenderung melakukan tindakan yang mengarah kepada kekerasan. Tingkat kekerasan yang dilakukan oleh pria yang merasa kurang maskulin lebih tinggi 348 persen dibanding pria yang nyaman dengan penampilannya. Alasan perilaku yang demikian disinyalir karena ketika maskulinitas seorang laki-laki dipertanyakan maka ia akan berusaha mencoba untuk menunjukkan kejantanannya secara berlebihan, salah satunya melalui kekerasan.

Akibat stereotipe maskulinitas yang berkembang dewasa ini juga membuat kebanyakan laki-laki akhirnya merasa ditekan dan cenderung dipaksa untuk

menjadi maskulin. Berpenampilan lemah, emosional, atau berlaku inefisien secara seksual menjadi suatu ancaman utama terhadap kepercayaan diri seorang laki-laki. Oleh karena itu, konsep maskulinitas tradisional yang seperti inilah yang membuat kebanyakan laki-laki enggan membicarakan diri sendiri, terutama hal-hal yang berkenaan dengan perasaannya karena malu akan dianggap kewanitaan bila berbicara mengenai perasaan. Padahal, peran laki-laki begitu besar serta dibutuhkan untuk dapat mengkritisi ruang dialog terkait maskulinitas, agar dapat menghadirkan peluang untuk membicarakan kecemasannya terhadap isu maskulinitas yang membebankan seorang laki-laki pada beberapa kondisi.

Gambar 1.1 : Logo Vice Indonesia

(Sumber : twitter.com/vice_id)

Salah satu media yang kemudian memanfaatkan isu tersebut dan mencoba untuk menciptakan ruang terhadap isu maskulinitas adalah Vice Indonesia. Vice Indonesia adalah media berbasis online yang memuat berbagai macam konten mulai dari gaya hidup, teknologi, isu politik, budaya, hingga agama. Vice menampilkan konten melalui bebagai perspektif yang dimuat baik dalam visual maupun audio visual.

Dalam salah satu konten audio visualnya, Vice Indonesia berkolaborasi dengan AXE yang merupakan sebuah merek produk perawatan pria menciptakan serangkaian seri video tentang laki-laki yang bertajuk *"Break The Stereo"*. Pada

video-video yang terdapat dalam seri ini menampilkan profil pria milenial Indonesia yang berusaha mendobrak tabu lewat pekerjaan yang mereka pilih. Dalam setiap episode, penonton akan dibawa kedalam cerita sang protagonis yang mengungkapkan keberanian perjalanan mereka dalam menggeluti *passion* sekaligus mendobrak stereotipe yang ada di tengah masyarakat.

Gambar 1.2 : Cuplikan video

Dancing And Dreaming With Siko Setyanto : *Break The Stereo*

(Sumber : youtube.com/VICEIndonesia)

Video-video edisi *"Break The Stereo"* yang digarap oleh Vice Indonesia berusaha menampilkan narasi perlawanan dari sekelompok laki-laki yang merasa dirugikan oleh stereotipe maskulin itu sendiri. Oleh karenanya, melalui narasi dan pengalaman yang diutarakan para narasumber lewat video Vice Indonesia edisi *"Break The Stereo"* ini diharapkan dapat menjadi *role* model bagi pria-pria yang masih terbebani dan merasa dibatasi kebebasan berekspresinya oleh stereotipe maskulinitas.

Atas dasar itulah konten yang dimuat Vice Indonesia dalam seri video *"Break The Stereo"* menjadi salah satu konten menarik yang memperlihatkan usaha segelintir orang untuk melawan anggapan atau stereotip yang telah lama melekat dan membudaya ditengah masyarakat. Sehingga kemudian peneliti tertarik dan hendak melihat bagaimana respon khalayak yang terdiri dari

sekelompok laki-laki dalam menanggapi beberapa orang yang hendak mengubah anggapan mengenai maskulinitas itu sendiri.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Resepsi Maskulinitas dalam Video Youtube Vice Indonesia edisi *"Break The Stereo"* ? "

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui pemaknaan Maskulinitas dalam Video Youtube Vice Indonesia edisi *"Break The Stereo"*

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat secara Teoritis, Akademis, dan Praktis terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi di bidang Ilmu Komunikasi yang khususnya berhubungan dengan wacana maskulinitas yang ada pada konten audio visual menggunakan teori analisis resepsi.

2. Manfaat Akademis

Secara Akademisi, penelitian diharapkan bermanfaat bagi para praktisi media, pakar analisis wacana kritis, para pemerhati dalam bidang Ilmu Komunikasi, para akademisi, dan masyarakat pada umumnya. Sehingga Penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

3. Manfaat Praktis

Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat membantu menambah pengetahuan masyarakat dalam memahami isu maskulinitas dan gender.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Cohn, S. 2018. *The Process of Occupational Sex-Typing*. Philadelphia : Temple University Press

Connel, R. W. 2005. *Masculinities Second Edition.* Los Angeles : University of California Press.

Darma, Yoce Aliah. 2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung : Yrama Widya.

Eriyanto. 2006. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta : LkiS Yogyakarta.

Fakih, M. 2008. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta : INSISTPress.

Hall, Stuart. 2005. *Culture, Media, Languange.* New York : British Library Cataloguing

Khairiah. 2020. *Multikultural dalam Pendidikan Islam.* Bengkulu : IAIN Bengkulu

Mulyana, Dedy. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Raco, J. 2010. *Metode penelitian kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Rochlin, G. 1980. *The masculine dilemma: A Psychology of Masculinity*. Canada : Little, Brown & Company.

Said, A., Ayuni, S., Budayati, I., Riyadi, & Setiyawati, N. 2016. *Statistik Gender Tematik-Potret Ketimpangan Gender dalam Ekonomi.* Jakarta : Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Anak & Badan Pusat Statistik.

Storey, J. 2018. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction: Eighth Edition.* London : Routledge.

Surokim. 2016. Riset Komunikasi. Jawa Timur : Universitas Trunojoyo Madura.

Sutarno. 2007. *Pendidikan Multikultural.* Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional.

Wodak, Ruth & Michael Meyer. 2001. *Methods of Critical Discourse. Analysis*.London : SAGE Publications.

Jurnal :

Ahmad Toni, A., & Fajariko, D. 2018. *Studi Resepsi Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana Pada Film Journalism "Kill The Messenger". Jurnal Komunikasi*, *9*(2), 151.

Angeline, S., & Rusdi, F. 2020. *Maskulinitas yang Berubah: Analisis Wacana Konten Youtube Tysna Saputra*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara.

Anindya, A. 2018. *Krisis Maskulinitas Dalam Pembentukan Identitas Gender Pada Aktivitas Komunikasi*. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, *2*(1), 24. Universitas Dharma Andalas

Azizah, N. R., Dewi, R. Z., & Ningsih, M. 2020. *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Stereotip Profesi Pada Video Kitabisa.com di Youtube*. Pawitra Komunika.

Budiastuti, A., Wulan, N. 2014. *Konstruksi Maskulinitas Ideal Melalui Konsumsi Budaya Populer oleh Remaja Perkotaan (The Construction of Ideal Masculinity Through the Consumption of Popular Culture by Urban Teenagers). 14*(1). Surabaya : Airlangga University Press.

Comicos. 2015. *Imagining e-Indonesia: Local Wisdom in the Midst of Media Technology and Communication Policy*. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Drianus, O. 2019. *PSYCHOSOPHIA Journal of Psychology, Religion, and Humanity ejurnal.lp2msasbabel.ac.id/index.php/psc Vol. 1, No. 1 (2019)*. *1*(1), 36–50. Bangka Belitung : IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik.

Febriani, S., & Wahid, U. 2018. *Pemakanan khalayak terhadap gaya komunikasi jokowi pada vlog #jokowimenjawab episode 2 di situs youtube (analisis resepsi stuart hall)*. *Pantarei*, *2 No 3*(Vol 2 No 3 (2018): PANTAREI), 1–8. Jakarta : Universitas Budi Luhur.

Fatma, A. D. D. 2012. *Laki-laki dan Perempuan dalam Bingkai Struktur : Isu Gender dalam Film Billy Elliot*. *Jurnal InterAct*, *1*(2), 21–27. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya.

Hasyim, N. 2017. *Kajian Maskulinitas dan Masa Depan Kajian Gender dan Pembangunan di Indonesia*. JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo), 1(1), 65–78.Semarang : UIN Walisongo.

Kartika, S. H. R., & Wirawanda, Y. 2019. *Maskulinitas dan Perempuan : Resepsi Perempuan terhadap Soft Masculinity dalam Variety Show*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kinanti, N. A., Syaebani, M. I., & Primadini, D. V. 2021. *Stereotip Pekerjaan Berbasis Gender Dalam Konteks Indonesia Gender-Based Job Stereotypes in the Indonesian Context*. *44*(1), 1–16. Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia.

Lampe, Ilyas. 2016. *Stereotipe, Prasangka, dan Dinamika Antar Etnik.* Palu : Universitas Tadulako.

Mahmudah, Z. 2019. *Pekerja Perempuan Di Tambang: Bentuk Negosiasi Kesetaraan Gender Dalam Dunia Kerja Maskulin*. Jurnal ASPIKOM.

Octavianus Dwiputra, Krisna. 2021. *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 di Klikdokter.com.* Jakarta : Universitas Budi Luhur.

Polasek, K. M., & Roper, E. A. 2011. *Negotiating the gay male stereotype in ballet and modern dance.* England : Routledge.

Runtiko, A. G. 2017. *Konstruksi Budaya Maskulin dalam Iklan*. 14(1), 63–80. Jurnal Penelitian Komunikasi.

Sakina, A. I., & A., D. H. S. 2017. *Menyoroti Budaya Patriarki Di Indonesia*. *7*(1), 71. Social Work Jurnal.

Supriyatman, A. T., & Nugroho, C. 2019. *Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang dalam Kanal Youtube "Yuka Khinosita.* Bandung : Universitas Telkom.

Tanjung, S. 2015. Identifikasi *Strategi Representasi Maskulinitas Pada Majalah Transnasional Di Indonesia*. *6*(2), 229–239. Universitas Islam Indonesia.

Skripsi :

Abdullah, Najwa. 2012. *Kajian Resepsi Terhadap Ideologi Fun Fearless Female Dalam Majalah Cosmopolitan.* Universitas Indonesia.

Larashati, Nindya Ning. 2019. *Memahami Resepsi Anggota "Fan Club Jovi Adhiguna Semarang" Terhadap Penampilan Androgini Pada Video "Travel Vlog Ep : 3" Dwp di Channel Youtube Jovi Adhiguna Hunter.* Universitas Semarang.

Nurazizah, Retna Sari. 2017. *Analisis Resepsi Pada Channel Game Reza Oktovian*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya.

Pramoesiwi, H. 2016. *Pemerintah dan Film Dokumenter (Studi Kualitatif Pemaknaan Pejabat Pemerintah Kota Yogyakarta atas Film Dokumenter "Belakang Hotel")*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Ramayani, Annisa. 2020. *Analisis Resepsi Konflik Keluarga pada Film "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini"*. Universitas Sriwijaya.

Internet :

Adam, A. 2017. Penari Balet Pria, dari Stereotip Banci Hingga Ancaman Mati. [internet]. Tersedia di : https://tirto.id/penari-balet-pria-dari-stereotip-banci-hingga-ancaman-mati-ckLC

Agnes, T. 2017. Stereotip Masyarakat Jadi Alasan Minimnya Penari Balet Pria. [internet]. Tersedia di : https://hot.detik.com/art/d-3614476/stereotip-masyarakat-jadi-alasan-minimnya-penari-balet-pria

Eka, R. 2016. Media Muda VICE Hadir di Indonesia untuk Ekspansi Pertamanya di Asia Tenggara. [internet]. Tersedia di : https://dailysocial.id/post/media-muda-vice-hadir-di-indonesia-untuk-ekspansi-pertamanya-di-asia-tenggara

Admin. 2020. Melihat Konten Twitter VICE Indonesia (@VICE_ID) sebagai Media Baru. [internet]. Tersedia di : http://newslab.uajy.ac.id/2020/10/26/melihat-konten-twitter-vice-indonesia-vice_id-sebagai-media-baru/

Studio Antelope. Pengertian Produser dan Tugas-Tugasnya dalam Pembuatan Film. [internet]. Tersedia di : https://studioantelope.com/pengertian-produser-dan-tugas-tugasnya-dalam-pembuatan-film/