

KONTRIBUSI *BOY GROUP* NCT 127 DALAM MENYEBARKAN KONSEP *SOFT MASCULINITY* DI INDONESIA PADA TAHUN 2019-2021

Marsya Salsabila Zahra¹, Musa Maliki², Asep Kamaluddin N³

¹Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta; marsyasz@upnvj.ac.id

²Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta; musamaliki@upnvj.ac.id

³Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta; asepkamaluddin@upnvj.ac.id

Abstract

International Relations is a field that produces and maintains masculinity which is represented through physical characteristics, up to power. However, popular culture now has a significant role in shaping representations of gender identity. The author analyzes using social construction theory, the concept of postmodern feminism, the concept of popular culture, and the concept of soft masculinity. The type of research used is qualitative descriptive research using interview techniques and literature study. As for the results obtained from this research, research sources saw that there are different social constructions in Indonesian society regarding the phenomenon of soft masculinity through their experiences and interactions with South Korean K-Pop culture. This change in views was influenced by the actions taken by NCT 127. From the analysis of the answers given by respondents, several things can be concluded, namely through physical appearance, visual appearance, personality, and behavior of NCT 127. The difference in gender concepts between Indonesia and South Korea has a gap the big one. What NCT 127 shows is unusual in Indonesia, and the presence of soft masculinity provides a new perspective on the concept of gender masculinity in Indonesia.

Keywords: *K-Pop Culture, NCT 127, Soft Masculinity, The Concept of Gender Masculinity in Indonesia*

Abstrak

Hubungan Internasional adalah bidang yang sering mereproduksi dan mempertahankan maskulinitas, yang biasanya direpresentasikan melalui karakteristik fisik dan kekuasaan. Namun, budaya populer kini memainkan peran signifikan dalam membentuk representasi identitas gender. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial, konsep feminisme postmodern, konsep budaya populer, dan konsep soft masculinity sebagai kerangka analisis. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan metode wawancara dan studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasumber mengamati adanya konstruksi sosial yang berbeda di masyarakat Indonesia terkait fenomena soft masculinity, yang dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan budaya K-Pop Korea Selatan, khususnya melalui tindakan NCT 127. Dari analisis jawaban responden, dapat disimpulkan bahwa aspek fisik, visual, kepribadian, dan perilaku NCT 127 memberikan pandangan baru terhadap konsep maskulinitas. Kesenjangan konsep gender antara Indonesia dan Korea Selatan cukup besar, sehingga tampilan soft masculinity yang dibawa oleh NCT 127 dianggap sebagai hal yang tidak biasa di Indonesia, dan menawarkan perspektif baru mengenai maskulinitas.

Kata kunci: *Budaya K-Pop, NCT 127, Soft Masculinity, Konsep Maskulinitas Gender di Indonesia*

I. Pendahuluan

Saat ini, batasan disiplin dalam HI menjadi lebih luas yang tidak hanya terbatas pada peran negara, tetapi juga peran individu sebagai aktor non-negara. Dalam budaya populer, peran individu memberikan kontribusi pada politik global dengan mempertimbangkan aspek-aspek emosi dan politik visual yang dapat menarik masyarakat internasional ke dalam isu tersebut. Tidak hanya itu, peran individu sebagai aktor non-negara juga membuat suatu budaya berkembang menjadi budaya populer melalui pengaruh besar yang dimilikinya.

Menurut Weldes yang dikutip oleh Caso, budaya dan politik merupakan suatu kesatuan yang mengkonstruksi dan mempraktikkan *power* dalam suatu produk sosial dan politik (Caso & Hamilton, 2015). Salah satu bentuk kesatuan budaya dan politik yang berhasil merekonstruksi dan mempraktikkan *power* di dunia internasional saat ini yaitu *Hallyu*, budaya populer yang dibentuk oleh Korea Selatan. *Hallyu* merupakan budaya populer asal Korea Selatan yang menggabungkan budaya tradisional dan modern guna mempertahankan posisi negaranya dalam lingkup internasional.

Hallyu meraih respon yang luar biasa dalam peristiwa-peristiwa internasional, di mana fenomena *Hallyu* membawa dampak budaya dalam landscape politik internasional. Media internasional menampilkan realitas dari peran penting budaya populer sebagai penambah perbincangan di dunia internasional. Seperti bagaimana *Hallyu* memberikan pengaruh pada arus pertukaran budaya antar negara di mana *Hallyu* menjadi satu-satunya budaya yang mampu menggeser dominasi budaya Barat di lingkup internasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa popularisme *Hallyu* memberikan pengaruh dalam merekonstruksi dan mempengaruhi

persepsi seseorang untuk mengubah preferensi mereka sebagai efek dari *Hallyu*.

Kepopuleran *Hallyu* juga mendorong seseorang untuk mengubah pandangan mengenai isu gender. Dalam hal ini, *Hallyu* membawa sebuah gagasan yang dikenal dengan *soft masculinity*, yang mana gagasan tersebut merupakan konsep yang menentang maskulinitas tradisional. *soft masculinity* merupakan produk transkultural yang hadir sebagai bagian dari proses hibridisasi transkultural yang memadukan konsep maskulinitas global dan maskulinitas tradisional Korea Selatan. Hal ini dikarenakan maskulinitas menjadi topik kontroversial yang menimbulkan pro dan kontra. Di satu sisi, kekuatan laki-laki diakui berkontribusi pada konstruksi dan pengembangan masyarakat. Tetapi, terlalu dominannya maskulinitas juga dapat mengakibatkan kerusakan baik pada perempuan maupun laki-laki itu sendiri, sehingga hanya sedikit laki-laki yang termasuk ke dalam standar ideal maskulinitas tradisional.

K-Pop sebagai bagian dari *Hallyu* muncul dengan konsep *soft masculinity* yang diproduksi secara besar untuk memikat masyarakat luas. Idola laki-laki menjadi aktor utama dalam mempopulerkan fenomena ini. Hal ini dikarenakan idola laki-laki Korea terkenal dengan citra mereka sebagai khotminam (laki-laki cantik), yang digambarkan dengan citra lebih lembut berbeda dengan citra maskulinitas tradisional yang membatasi laki-laki untuk memiliki peran gender tertentu.

NCT 127 menjadi salah satu *boy group* yang meraih kepopuleran besar dan juga turut mewarnai konsep maskulinitas Korea Selatan. Hal ini ditunjukkan pada tahun 2020, NCT 127 ditunjuk sebagai *brand ambassador* Nature Republic, yaitu salah satu brand kosmetik dan perawatan

ternama asal Korea Selatan. Nature Republic menjadi salah satu brand kecantikan Korea Selatan yang menampilkan karakter kktotminam sebagai *brand ambassador*. Selain kepopuleran besar, dipilihnya NCT 127 sebagai *brand ambassador* didasari pada energi sehat dan keramahan yang ditunjukkan oleh NCT 127.

Dalam hal ini, NCT 127 menjadi representasi aktor non-negara yang berhasil mempopulerkan *Hallyu*, khususnya *soft masculinity*, secara global yang kemudian mengubah atau membentuk perspektif baru dalam HI. Pengaruh konstruksi yang mereka bentuk adalah suatu konsep mengenai maskulinitas di Indonesia. Namun, wacana maskulinitas di Indonesia masih merupakan hal yang tabu, terlebih sebagai negara yang menganut patriarki menjadikan wacana maskulin sebagai budaya yang telah mengakar sejak dahulu. Hal ini kemudian menjadi pertentangan, publik Indonesia memandang idola laki-laki tersebut dengan sebelah mata. Publik menyebut para idola laki-laki tersebut dengan sebutan plastik yang merujuk pada budaya operasi plastik di Korea Selatan, memanggil dengan sebutan banci bahkan gay karena penampilan *soft masculinity* yang direpresentasikan dianggap seperti tampilan feminin.

Berbeda dengan konsep yang dibawa oleh NCT 127 yang menunjukkan tidak ada batasan dalam maskulinitas, artinya laki-laki juga dapat menunjukkan sisi maskulin dan femininnya secara bersamaan. NCT 127 juga menekankan pada kebebasan pribadi dan kebebasan bereksresi. Hal tersebut memperlihatkan keberlawanan konsep *soft masculinity* dan maskulinitas tradisional Barat yang menggambarkan laki-laki sebagai sosok dominan, tegas, dan agresif. Karakter tersebut kemudian membentuk pola pikir bahwa laki-laki kaan kehilangan kemaskulinan ketika mereka

Vol. 7. No. 1 (2024)

menampilkan karakter feminin. Akibatnya, standar maskulinitas di Indonesia bersifat kontekstual bahwa laki-laki akan semakin sempurna nilai maskulinitasnya jika mereka semakin memenuhi prasyarat sebagai laki-laki dalam kehidupan dan lingkungannya (Oktafianto, 2021).

Selama ini banyak literatur yang memberikan porsi lebih besar pada kajian perempuan padahal wacana perempuan selalu berkaitan dengan wacana laki-laki, tetapi wacana laki-laki atau mengenai maskulinitas tidak mendapatkan porsi semestinya. Namun, banyak literatur yang meneliti bahwa isu maskulinitas kini telah bergerak ke arah dinamis. Terlebih munculnya fenomena *K-Pop* memberi makna baru maskulinitas yang telah diakui secara global.

Seperti literatur Ainslie (2017); Radzi (2018); dan Lee (2020) yang berisi tentang *Korean Wave* dan konsep *Soft Masculinity* yang dibawanya memberikan makna baru dan cenderung menentang gagasan maskulin yang ada, dimana *soft masculinity* menjadi alternatif dari konstruksi identitas maskulin yang ada. Bahwa untuk mengidentifikasi maskulinitas tidak dilihat dari ciri dominan dan berotot. Sehingga maskulinitas tidak lagi terbatas sebagai hal yang normatif, stereotip, dan homogeni. Melihat dari sisi budaya, Udasmoro (2017) dan Lueangworaphan (2018) berargumen bahwa tidak hanya dikonstruksi dari sistem budaya, maskulinitas juga dibentuk melalui rezim politik, dimana representasi *soft masculinity* telah memperkuat binari daripada mendekonstruksinya, sehingga menghasilkan ketidaksetaraan gender dan menimbulkan penyimpangan norma gender patriarki. Munculnya *K-Pop* yang telah memberikan makna baru terhadap maskulinitas yang telah diakui secara global, memberikan Korea Selatan peluang untuk mempromosikan

negaranya kepada publik global. Seperti bagaimana Korea Selatan menggunakan promosi *soft masculinity* melalui produk kecantikan yang kemudian dijadikan citra negara dan *trend setter* global yang dicontohkan dalam artikel Azizah & Dwiyanti (2021) dan Yusanta (2019). Berbeda dengan artikel-artikel sebelumnya, artikel Elliott (2016); Elsen & Yamashita (2017) berbicara tentang maskulinitas hibrida dan maskulinitas peduli (*caring masculinity*), bahwa untuk membentuk kesetaraan gender, laki-laki melibatkan diri untuk perubahan sosial dengan bertindak sebagai individu yang peduli. Lebih lanjut, sebagai laki-laki dewasa, mereka tidak dikendalikan oleh konstruksi maskulinitas yang ada.

Berdasarkan artikel-artikel tersebut menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan makna maskulinitas secara global dan memunculkan berbagai macam konsep maskulinitas. Terlebih di era globalisasi saat ini, ruang terbuka berperan aktif dalam mendorong persebaran budaya lintas negara. Kesamaan dan perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu dimana keduanya sama-sama membahas tentang bagaimana pengaruh *K-Pop* terhadap konsep maskulinitas secara global. Namun, yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah penulis mengambil fokus tentang bagaimana NCT 127 memberikan kontribusi dalam penyebaran konsep *soft masculinity* di Indonesia melalui teori konstruksi sosial, feminisme postmodern, budaya populer, dan *hybrid masculinity*. Berakar pada paradigma konstruktivis, teori konstruksi sosial memandang realitas sosial sebagai konstruksi yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Di Indonesia, populernya NCT 127 merupakan salah satu bagian dari fenomena besar *K-Pop* yang digandrungi banyak orang hingga diterapkannya budaya-budaya Korea Selatan dalam

Vol. 7. No. 1 (2024)

kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah konsep maskulinitas. Konsep maskulinitas di Indonesia dan Korea Selatan memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Dalam penelitian ini, teori konstruksi sosial memberikan kontribusi dalam pemahaman mengenai makna maskulinitas di Indonesia merupakan hasil dari pemahaman yang dihasilkan secara kolektif oleh para penggemar NCT 127 dalam kehidupan sehari-harinya dan dalam interaksinya dengan NCT 127. Di mana di dalam proses tersebut terdapat pesan mendasar yang dikirim oleh NCT 127 berupa pembentukan perspektif dan gaya hidup akibat dari interaksi di antara mereka.

Selain itu, feminis HI memandang postmodern sebagai teori HI yang bermanfaat untuk dilibatkan karena memiliki dasar pemikiran yang sama bahwa semua pengetahuan dikonstruksi secara sosial dan atas tujuan normative (True, 2017), yang kemudian feminis postmodern memahami bagaimana stereotip gender sebagai konstruksi budaya patriarki dan bertujuan untuk mendekonstruksi mereka guna membebaskan individu untuk mendefinisikan pemahaman mereka tentang apa artinya menjadi diri mereka sendiri. Oleh sebab itu, stereotip gender dilihat sebagai konstruksi budaya melalui Bahasa dan bertujuan untuk meruntuhkan norma patriarki. Dengan demikian, dalam memahami HI, feminis postmodern meyakini adanya konstruksi identitas gender yang memperkokoh peran gender sehingga perlu ditambahkannya studi laki-laki dan maskulinitas dalam HI. Dalam hal ini, kepopuleran NCT 127 menggambarkan karakter maskulinitas berbeda dengan maskulinitas tradisional. Fenomena ini dapat menjadi titik pergerakan studi maskulinitas yang melihat bagaimana idola laki-laki dan representasi maskulinitas yang dibawanya mendapat penerimaan secara luas dan bagaimana konsep maskulinitas ini

mempengaruhi pandangan para penggemar secara keseluruhan dan mendekonstruksi norma gender yang kaku.

Seperti halnya fenomena budaya lainnya, budaya populer tidak hanya untuk dieksplorasi dalam mempelajari bentuk-bentuk praktik representasional yang digunakannya, tetapi juga kemungkinan umum yang dapat melahirkan cara berpikir baru tentang budaya populer, politik global, dan disiplin HI. Representasi internasional yang dibawa budaya populer dapat menentang atau mendukung pemahaman konvensional. Dengan adanya representasi yang beragam mendorong kita untuk beralih ke budaya populer, karena budaya populer dapat menjelaskan apa yang sebelumnya terpinggirkan atau tersembunyikan dari arus utama (Clapton & Shepherd, 2017). Dalam kaitannya dengan kajian feminisme, budaya populer diposisikan sebagai cerminan dan data dari realitas sosial politik yang berkaitan dengan identitas. Dalam hal ini, budaya populer dilihat sebagai gambaran dari perubahan masyarakat, serta sumber bagi pemaknaan terhadap nilai yang sedang dikonstruksi oleh masyarakat yang bersangkutan (Chandra & Soetjipto, 2021). Seperti budaya yang dibawa oleh *K-Pop* mendapatkan penerimaan secara luas dan berkembang melampaui batas-batas negara. Kemudian, budaya tersebut memberikan pengaruh terhadap gaya hidup penikmatnya sehingga menjadikannya sebagai budaya populer. Tidak hanya itu, *K-Pop* juga mampu mengubah sudut pandang publik mengenai konsep maskulinitas yang selama ini berkembang melalui *boy group* sebagai aktor utama. Hal ini dikarenakan konsep budaya populer yang dibawa Korea Selatan yang terwujud dalam *K-Pop* memiliki nilai, norma, dan makna yang terkandung secara tidak langsung di dalamnya.

Konsep terakhir yang digunakan adalah *hybrid masculinity*. Dalam bukunya, Jung mendefinisikan bentuk *hybrid masculinity* yang direpresentasikan dalam *Hallyu* yaitu *mugukjeok* dan *chogukjeok* (Jung, 2011). Konsep *mugukjeok* mengacu pada bagaimana aliran budaya populer memungkinkan pencampuran elemen budaya tertentu (nasional atau tradisional) dengan elemen budaya populer global. Sementara *chogukjeok* berarti lintas batas atau lintas negara. Dalam hal ini, *chogukjeok* adalah untuk menggambarkan produksi dan konsumsi transkultural dari budaya populer Korea Selatan yang dihibridisasi melalui *K-Pop* sehingga tidak hanya mengacu pada bagaimana budaya populer merupakan hasil pencampuran berbagai elemen budaya, tetapi juga bagaimana hibridisasi memungkinkan produk tersebut dapat diubah secara budaya dan mudah melintasi batas negara. Dalam penelitian ini, Korea Selatan memberikan sudut pandang berbeda dalam memahami maskulinitas, konsep ini dapat terlihat dalam fenomena *K-Pop*. Melalui suatu *boy group*, Korea Selatan memperkenalkan *soft masculinity* sebagai bagian dari identitas mereka. *Soft masculinity* merupakan produk hibrida yang dibentuk melalui penggabungan transkultural tradisional Korea Selatan yakni *seonbi* (dipengaruhi oleh konfusianisme China), *bishonen* (dipengaruhi oleh Jepang), dan maskulinitas metroseksual global.

II. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif yang berfokus pada menemukan sifat dari suatu fenomena tertentu yang akan diteliti. Penelitian kualitatif sangat membantu dalam memperoleh informasi mengenai budaya tertentu, yaitu tentang nilai-nilai, pendapat, perilaku, dan konteks sosial dari populasi tertentu. Selain itu, metode kualitatif juga efektif dalam mengidentifikasi faktor-faktor tidak

berwujud, seperti norma sosial, status sosial ekonomi, peran gender, etnis, dan agama dalam suatu penelitian. Penelitian deskriptif kualitatif memberikan ringkasan deskriptif dari informasi data yang disusun secara logis yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan gambaran tentang kenyataan secara sistematis antara fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik wawancara terstruktur, di mana peneliti akan mengajukan pertanyaan kepada narasumber yang diwawancarai mengenai fenomena Hallyu di Indonesia dan pendapat mereka tentang bagaimana K-Pop membangun makna maskulinitas di Indonesia. Lebih khusus, peneliti akan mewawancarai penggemar NCT atau dikenal dengan sebutan NCTzen. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan jawaban yang relevan dan terperinci yang didasari pada pengalaman dan interaksinya dengan NCT 127. Dengan begitu, peneliti mampu memperoleh jawaban yang relevan dan berkualitas. Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan studi literatur untuk menelusuri artikel-artikel terdahulu dengan topik terkait sebagai penunjang yang akan membantu peneliti mendapatkan data-data yang relevan.

III. Hasil dan Pembahasan

A. Pergeseran Maskulinitas Tradisional ke *Soft Masculinity*

Sebagian besar praktik HI ditunjukkan oleh kegiatan laki-laki yang direpresentasikan melalui fisik, kapasitas diri di tingkat institusional, serta melalui hubungan simbolis antara maskulinitas dan kekuasaan, sehingga memungkinkan HI sebagai bidang yang secara signifikan memproduksi dan memelihara maskulinitas. Keterkaitan antara kekuasaan dan simbolisasi ini pada akhirnya mempengaruhi kompleksitas isu gender dalam studi HI. Tidak hanya terwujud dalam bentuk material, tetapi

juga bentuk non-material yang turut meningkatkan signifikansi perspektif gender dalam memahami politik internasional. Dalam hal ini, unsur kekuasaan dan simbolisasi yang bersifat non-material dapat berupa teori dan paradigma yang tertulis maupun tidak tertulis. Akibatnya, studi gender dalam HI menjadi isu yang penting karena HI merupakan studi yang bertanggung jawab dalam “*the production of knowledge and discourse*”.

Selama ini maskulinitas tradisional diyakini sebagai konsep tunggal yang menunjukkan bahwa kekuasaan laki-laki menciptakan sistem yang menyatakan bahwa feminitas dikaitkan dengan sifat rendahan dan maskulin dikaitkan dengan sifat yang lebih kuat dan dihargai. Hooper (2001), seorang feminis beraliran postmodern, menyangkal pernyataan maskulinitas bersifat tunggal. Sebaliknya, Hooper berpendapat bahwa karakteristik maskulinitas HI bersifat fluid atau dapat berubah. Dengan demikian, tidak ada maskulinitas tunggal melainkan beberapa konsep maskulinitas yang bersaing satu sama lain untuk memiliki kekuasaan atas perempuan.

Penjelasan sebelumnya selaras dengan argumen Jung (2011) yang menyatakan bahwa laki-laki Korea Selatan menampilkan berbagai jenis maskulinitas yang menjunjung gagasan dominasi yang serupa. Lebih dalam, maskulinitas tradisional memiliki relevansi dalam memahami konstruksi gender di Korea Selatan. Hal ini terlihat ketika pada awalnya maskulinitas di Korea Selatan dibangun oleh budaya patriarki konfusianisme, diperkuat oleh imperialisme Jepang, dan kemudian dilanggengkan oleh proses pembangunan bangsa setelah dekolonisasi. Dasar ini yang kemudian

membuat maskulinitas tradisional menjadi penting di Korea Selatan, karena secara langsung mempengaruhi konstruksi gender maskulin dan melegitimasi kekuasaan serta kontrol atas perempuan.

Namun, Cho dalam artikelnya yang berjudul *The Gaze of Consuming Subject: Construction of Masculinity*, melihat adanya kecenderungan baru untuk merepresentasikan maskulinitas yang lembut dan netral dalam *Hallyu* beberapa tahun terakhir (Jung, 2011:29). Karakter laki-laki yang lembut ini merupakan contoh bagaimana maskulinitas Korea Selatan telah berubah. Transformasi ini menunjukkan bahwa laki-laki Korea Selatan melakukan tindakan maskulin yang berbeda dalam konteks sosial budaya Korea Selatan yang patriarkis.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri budaya Korea Selatan mengalami ekspansi besar di pasar global dengan semakin banyak konsumen asing yang tertarik pada musik pop Korea Selatan. Sebagai produk utama *K-Pop*, *boy group* Korea Selatan mendapat popularitas yang signifikan melalui penampilan mereka dengan gaya berbusana, gaya rambut, penggunaan riasan, serta bentuk fisik yang indah mewakili estetika maskulin Korea Selatan. Jung menyebut penampilan ini sebagai *soft masculinity* yang muncul sebagai hasil hibridisasi pengaruh asing.

Gagasan *soft masculinity* merupakan hasil pertumbuhan tren baru yang dikenal dengan *kkotminam*, yaitu laki-laki yang memiliki penampilan lembut, memakai riasa, dan pakaian yang modis. *Kkotminam* dikenal sebagai lawan dari gagasan maskulinitas tradisional. *kkotminam* muncul di Korea Selatan sekitar tahun 1990-an ketika pemerintah Korea Selatan mengizinkan budaya populer Jepang masuk ke negaranya.

Kemunculan *kkotminam* dilihat sebagai bagian dari fenomena global laki-laki metroseksual, yaitu laki-laki yang menjaga penampilannya dengan cara yang dahulu dianggap feminin. Hingga tahun 1990-an gagasan maskulinitas yang populer di Korea Selatan adalah laki-laki yang macho, namun tersebar *manga* (komik Jepang) di Korea Selatan menjadi faktor utama berkontribusi terhadap munculnya *kkotminam*. Hal ini membuat aktor dan penyanyi, terutama *boy group*, mencoba berpenampilan seperti laki-laki di *manga* Jepang yang dikenal sebagai *bishonen* atau laki-laki cantik dalam istilah Jepang. Alasan ini menjadi dasar penyebaran gagasan *kkotminam* di Korea Selatan terlebih kegemaran perempuan Korea Selatan tentang laki-laki yang berkarakter seperti *manga* Jepang yaitu karakter yang lembut, manis, tulus, dan sopan.

Penjelasan sebelumnya menunjukkan bahwa media populer juga memainkan peran dalam menggambarkan hubungan antara laki-laki dan maskulinitas, dimana buku, film, dan majalah menyebarkan ikonografi populer yang menghubungkan maskulinitas ke lingkup yang lebih luas di luar batas negara (Hooper, 2001:87). Hal ini didasari pada hubungan budaya antara gagasan maskulinitas, representasi internasional, dan media populer baik fiksi maupun non-fiksi tidak kalah penting dalam membangun maskulinitas selain praktik di lapangan. Mereka menyediakan sumber imajinatif berkelanjutan yang menginformasikan makna dari praktik tersebut serta membantu untuk mencerminkan dan menghasilkan kerangka budaya yang bergender. Meskipun tidak secara langsung relevan dengan hubungan internasional, kerangka budaya yang terbentuk tersebut mencakup

hubungan internasional di dalamnya dan tanpa kerangka tersebut praktik budaya tidak dapat dipahami sepenuhnya (Hooper, 2001:88).

Oleh karena itu, idola *K-Pop* menjadi aktor utama citra *soft masculinity* di mana mereka menggambarkan perilaku lembut dan berpenampilan bagus yang melambangkan citra mereka sebagai *kkotminam*. Tindakan tersebut berpengaruh pada popularitas *K-Pop* di luar negeri dan idola *K-Pop* ditampilkan sebagai aktor utama dalam diplomasi untuk memperkenalkan budaya Korea Selatan. Meski pemerintah Korea Selatan tidak secara tegas menyatakan bahwa negaranya memang mempromosikan *soft masculinity*, namun citra masyarakat dalam negara tersebut yang menggambarkannya dan menjadikan daya tarik ini untuk mendapatkan pengakuan global.

Para peneliti *K-Pop* menyoroiti bahwa penyebaran global *K-Pop* adalah fenomena transnasional baru yang menggeser arah pengaruh globalisasi dari apa yang disebut budaya pinggiran (dunia non-Barat) ke pusat budaya (dunia Barat) atau menciptakan kembali budaya pinggiran sebagai pusat budaya baru (Song & Velding, 2020). Dalam hal ini, *K-Pop* berperan sebagai penghubung budaya transnasional, bahwa ada kecenderungan popularitas *boy group K-Pop* untuk membentuk kembali norma gender dalam skala global.

K-Pop menimbulkan transisi mengenai gagasan maskulinitas. Munculnya perusahaan seperti SM Entertainment menunjukkan bahwa ada pengaruh dari *K-Pop* tentang bagaimana industri *K-Pop* telah memperlihatkan sekelompok laki-laki baru dan gagasan tentang maskulinitas yang akhirnya mempengaruhi perspektif maskulinitas secara global tidak terkecuali

Indonesia. Hal ini karena dalam produksi gagasan gender, aktor tidak hanya mengekspresikan identitas gender mereka sendiri tetapi juga meratifikasi atau menantang identitas aktor lain dan dengan berbagai cara mereka mendukung atau menantang sistem hubungan gender dan ideologi gender di mana mereka berada.

Soft masculinity menciptakan dampak bagi publik dengan bukti pertumbuhan penggemar *K-Pop* secara luas yang dapat dilihat bagaimana globalisasi membantu dalam transisi gagasan maskulinitas di mana semakin banyaknya video tentang cara mencapai citra laki-laki Korea Selatan. Citra dari idola *K-Pop* kemudian menjadi lambing dari apa yang perempuan idealkan. Hal ini menantang dan menumbangkan gagasan tentang bagaimana laki-laki tidak dapat mengekspresikan diri mereka yang secara budaya dibenarkan oleh kaum *mainstream*. Dengan meniru gaya sang idola adalah bukti bagaimana *soft masculinity* telah menentang batasan yang diberikan kepada laki-laki.

Oleh sebab itu, *soft masculinity* dapat dilihat sebagai pemutusan batasan gender feminitas dan maskulinitas yang telah dikonstruksi oleh masyarakat. Penerimaan *soft masculinity* dan perubahan cara pandang pun menunjukkan adanya fluiditas dalam gender tetapi seringkali masih dibatasi oleh masyarakat. Representasi internasional yang disediakan oleh budaya populer dapat menantang atau mendukung pemahaman konvensional. Representasi yang beragam mendorong studi HI untuk beralih ke budaya populer, karena budaya populer dapat menjelaskan apa yang sebelumnya terpinggirkan atau tersembunyikan. Melalui ekspresi gender yang beragam, *boy group K-*

Pop membuat daya tarik yang kuat bagi penggemar perempuan akan laki-laki ideal yang mungkin tidak ada di negara mereka, serta bagi penggemar laki-laki yang menjadikan idola *K-Pop* sebagai *role model* dalam merepresentasikan dirinya melampaui batasan gender tradisional.

B. Representasi Soft Masculinity oleh NCT 127

NCT sebagai aktor baru dalam aktivitas pertukaran budaya secara internasional menandai reformasi *K-Pop* yang sebelumnya hanya mempromosikan budaya lokal dengan adanya pengaruh westernisasi di dalamnya. Keunikan ini yang menjadi daya tarik bagi masyarakat internasional untuk lebih mengapresiasi karya-karya NCT hingga berhasil meningkatkan popularitasnya dalam kancah internasional.

NCT 127 turut mewarnai wacana gender Korea Selatan di mata internasional. Dengan visual yang indah dan menarik untuk dikonsumsi oleh masyarakat internasional, Korea Selatan memperlihatkan bahwa melalui aktor *K-Pop* sebagai media komunikasi paling populer dan strategis dapat membawa pemahaman lebih luas akan budaya populer Korea Selatan, termasuk pemahaman tentang konsep *soft masculinity*. dalam hal ini NCT 127 sebagai representasi Korea Selatan berusaha menunjukkan budaya-budaya Korea Selatan, termasuk bagaimana Korea Selatan menganut konsep *soft masculinity*.

Hal ini terlihat ketika NCT 127 dipilih sebagai *brand ambassador* Nature Republic, salah satu merk perawatan dan kecantikan terbesar dan terpopuler di Korea Selatan dan internasional. Dalam kampanye nya,

NCT 127 tidak hanya menggunakan produk perawatan wajah, namun juga produk *make-up*. Salah satu produk *make-up* yang ditampilkan adalah *lip tint*. *Lip tint* termasuk salah satu jenis *make-up* serupa dengan lipstik. Dalam promosinya, anggota NCT 127 menggunakan *lip tint* dalam balutan jas dan celana bahan. Dengan memperlihatkan bagaimana NCT 127 berpose dengan produk, mengaplikasikan produk ke diri mereka, dan menyampaikan pesan dalam wacana gender yang dikonstruksi lebih lembut. Dalam HI biasanya laki-laki dalam balutan jas dan celana bahan menggambarkan kesan kaku dan dominan. Namun, NCT 127 memperlihatkan bahwa dengan menggunakan *make-up* dalam balutan jas mereka akan terlihat lembut dan tegas disaat yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan gaya dan maskulinitas antara Barat dan Korea Selatan. Dooho, seorang perias *K-Pop*, berpendapat bahwa Korea Selatan memiliki tampilan yang lebih lembut untuk ketampanan seorang laki-laki (Kuponiyi, 2021).

Gambar 1 NCT 127 x Nature Republic



Sumber: Google

Awalnya NCT 127 dikenal dengan konsep mereka yang lebih macho dan maskulin dalam musik mereka, namun dalam pemotretan dengan suatu majalah yaitu Star1, kita dapat melihat sisi lain dari anggota

NCT 127. Dalam pemotretan tersebut anggota NCT 127 yaitu Jungwoo, Mark, dan Haechan tampil dalam balutan pakaian berbahan sifon berwarna lembut. Pemotretan ini menunjukkan citra kelembutan yang menantang gagasan maskulinitas tradisional dan menunjukkan bahwa terdapat cara berbeda untuk mengekspresikan maskulinitas yang dapat disampaikan dengan lembut. Oleh karena itu, alih-alih menunjukkan dominasi, NCT 127 justru menampilkan sisi lembut mereka dan bagaimana mereka bebas mengekspresikan diri terlepas dari stereotip yang selama ini kita yakini.

Gambar 2 Jungwoo, Mark, dan Haechan NCT 127 x Star1



Sumber: Google

Salah satu anggota NCT 127 juga vokal dalam menyuarakan isu gender, yaitu Nakamoto Yuta. Yuta merupakan anggota NCT 127 yang berasal dari Jepang. Diketahui sebelumnya bahwa hadirnya *soft masculinity* di Korea Selatan juga dipengaruhi oleh budaya asal Jepang. Didasari oleh konflik dan kefrustasian pemuda yang gagal memenuhi citra maskulinitas Jepang, mereka pun menghasilkan maskulinitas alternatif yang mengkritik citra dominasi tersebut dengan mendekonstruksi nilai-nilai maskulinitas tradisional secara fisik, penampilan dan perilaku.

Menanggapi hal tersebut, Yuta menyatakan argumentasinya bahwa

Vol. 7. No. 1 (2024)

pengkotakan peran atau kemampuan berdasarkan gender kurang relevan dengan perkembangan isu gender yang terjadi dalam masyarakat internasional saat ini. Karena adanya pengkotakan ini akan menghalangi perkembangan individu dan akan membentuk stereotip yang membatasi peran laki-laki dan perempuan. Selain itu, Yuta juga menyatakan untuk tidak melihat seseorang dari penampilan. Sama halnya dengan NCT 127 yang menampilkan sisi *soft masculinity* nya, orang lain mungkin melihatnya sebagai penyimpangan karena laki-laki tidak seharusnya berkaitan dengan hal yang mencerminkan sifat feminin. Namun, NCT 127 menghilangkan perspektif itu dengan konsep *soft masculinity* yang dibawanya justru membawa pengaruh terhadap hal baik lainnya, sebut saja ketika mereka dipilih menjadi *brand ambassador* produk kecantikan. Hal ini tentu memiliki pertimbangan besar dilihat dari seberapa pengaruhnya kepopuleran NCT 127 dalam lingkup nasional maupun internasional, yang kemudian memberikan pengaruh pada pandangan orang lain mengenai konsep maskulinitas. Dengan mendominasi secara global, NCT 127 mampu menyingkirkan asumsi tentang apa yang bisa dan tidak bisa dilakukan oleh laki-laki. Hingga akhirnya NCT 127 menginspirasi publik global untuk menjadi kuat dalam mendefinisikan diri mereka sendiri.

C. *Soft Masculinity* di Indonesia

Tidak hanya memungkinkan Korea Selatan untuk mendefinisikan kembali maskulinitas mereka, tetapi globalisasi juga membantu maskulinitas Korea Selatan yang baru di hibridisasi menjadi terlihat secara global oleh budaya lain, digunakan sebagai model dan berpotensi beradaptasi dengan tantangan dari budaya suatu negara. Misalnya di

Indonesia sebagai salah satu negara yang menganut patriarki, dimana patriarki merupakan suatu sistem yang menempatkan laki-laki sebagai pemilik kekuasaan utama dalam masyarakat. Laki-laki pun dituntut untuk menjadi maskulin dan akan dianggap gagal bila dirinya tidak mencitrakan diri seperti standar yang telah ditetapkan. Semakin lama budaya patriarki berubah menjadi maskulinitas beracun atau yang dikenal dengan sebutan *toxic masculinity*.

Di Indonesia masih terjadi miskonsepsi tentang maskulinitas dan dalam penerapannya cenderung berakhir pada sikap *toxic masculinity*. Salah satu diantaranya adalah laki-laki harus selalu bersikap maskulin dan menghindari apapun yang bersifat feminin. Selain itu, laki-laki tidak diperbolehkan menunjukkan kelemahan dan harus dapat menyelesaikan masalahnya sendiri. Tidak dapat dipungkiri, budaya masyarakat Indonesia yang membedakan perilaku berdasarkan gender masih sering terjadi. Menurut Grewal (2020), tekanan untuk menjadi maskulin telah melahirkan stereotip bagi laki-laki. Hal ini kemudian membuat laki-laki tidak bisa secara bebas bertindak tanpa harus dikaitkan dengan status maskulinitasnya.

Kemajuan pola pikir masyarakat dan perkembangan di dalamnya menjadi pendukung penting bagi pemberdayaan individu dalam merepresentasikan dirinya (Chandra & Soetjipto, 2021). Keberagaman dan pemahaman akan kebebasan individu juga telah mengikis budaya patriarki yang mengkotakkan gender dalam konteks laki-laki dan perempuan saja. Pada nyatanya, konsep gender sendiri telah menjadi representasi akan pemaknaan yang luas dan beragam.

“sejak saya masuk jurusan HI, saya merasa kalau gender memang sebuah isu baru. Ketika saya kenal NCT 127 yang mana salah satu anggotanya gencar menyuarakan soal gender, saya jadi tertarik. Seiring berkembang dan meningkatnya ketenaran NCT secara global juga diharapkan kepada para penggemar K-Pop termasuk penggemar NCT 127 semakin aware terhadap isu gender. Karena jenis kelamin bukan berarti harus dibatasi dengan potensi maupun kemampuan yang kita miliki untuk terus berkembang dan meningkatkan kreatifitas kita di dalam suatu bidang” (Yona, 22, Jakarta). Responden Yona berpendapat bahwa dalam HI isu gender merupakan isu yang baru. Hal ini berdasarkan asumsi dan pengetahuan di dalamnya hampir seluruhnya berpusat pada aktivitas dan pengalaman laki-laki, sehingga maskulinitas dan politik memiliki hubungan yang erat. Terlebih, karakteristik terkait dengan kejantanan seperti ketangguhan, kekuasaan, hingga kekuatan fisik, telah menjadi hal yang paling dihargai dalam politik internasional (Tickner, 1992:6). Namun, dengan salah satu anggota NCT 127 yang kerap kali menyuarakan isu gender membuka pandangan Yona, dimana melalui NCT 127 ia tahu bahwa hal-hal yang biasanya berkaitan dengan perempuan juga bisa digunakan oleh laki-laki dengan penggunaan yang sesuai.

Selama ini, stereotip yang dipahami adalah laki-laki harus kuat dan menjaga sikapnya dengan baik. Namun, NCT 127 mengajarkan mereka untuk menjadi pribadi yang terbuka, bagaimana NCT 127 menggambarkan kebebasan berekspresi tanpa harus dibatasi dengan stereotip-stereotip maskulinitas tradisional. Mackinnon, seorang feminis beraliran postmodern, melihat bahwa maskulinitas adalah

status quo dan dipandang sebagai standar dalam sebuah tatanan sosial dimana standar tersebut diciptakan oleh supremasi laki-laki (Mulya & Soetjipto, 2021). Dalam lensa feminisme, maskulinitas merupakan sebuah konsep yang diasingkan. Mackinnon menyatakan ketidaksetujuannya dengan mengusulkan pemaknaan ulang konsep kesetaraan gender yang tidak lagi melihat perempuan sebagai sub-human, atau laki-laki sebagai kelompok dominan. Dengan demikian, cara pandang baru yang melihat laki-laki dan perempuan sebagai manusia utuh yang memiliki sisi maskulin dan feminin akan lebih menciptakan kesetaraan dan keadilan dalam tatanan sosial.

Demikian juga dengan apa yang dialami oleh responden (Nadya, 24, Medan) yang awalnya berpikir bahwa seks dan gender itu sama. Hal ini karena gender sering dipahami seolah-olah merupakan konstruksi sosial dari perbedaan seks, dalam kata lain, seks adalah acuan dari gender. Seks ada secara independen dari representasi kita tentang itu sedangkan gender membutuhkan representasi sosial (secara kolektif) untuk keberadaannya (Kinsella, 2003:296). Namun, semakin lama responden Nadya mengenal NCT 127 ia paham perbedaan kedua hal ini dimana NCT 127 memberikan gambaran penampilan, badan, dan kepribadian mereka yang berbeda. Ketika NCT 127 melakukan hal yang termasuk dalam gender feminin itu tidak menghilangkan maskulinitas mereka. NCT 127 menunjukkan kalau pengkotak-kotakan gender itu salah, mereka menunjukkan kalau laki-laki juga bisa terlihat gentleman di laki-laki lain. Hingga akhirnya ia berpendapat bahwa maskulinitas bukan sebuah garis lurus, tapi terdapat cabang-cabang didalamnya.

Vol. 7. No. 1 (2024)

Dengan demikian penjelasan di atas menunjukkan bahwa konsep maskulinitas terus mengalami perkembangan dan mempengaruhi Indonesia, di mana pemahaman mengenai maskulinitas ini dibentuk melalui interaksi kita dengan budaya populer yang diwujudkan melalui representasi visual NCT 127. NCT 127 menyebarkan jenis alternatif maskulinitas yang lebih relevan dengan perubahan fenomena budaya populer di Indonesia dan mengaburkan batasan maskulinitas melalui tindakan dan penampilannya. Citra maskulinitas berbeda yang ditunjukkan oleh NCT 127 juga turut membentuk perspektif maskulinitas yang lebih positif dan sehat.

D. Strategi NCT 127 dalam Menyebarkan Soft Masculinity di Indonesia

1. New Culture Technology

Dalam penyebaran budaya pemerintah Korea Selatan berperan sebagai pendukung dan aktor swasta hadir sebagai eksekutor, salah satunya adalah SM Entertainment. SM Entertainment merupakan salah satu perusahaan manajemen terbesar di Korea Selatan yang berdiri pada tahun 1995 serta memiliki peran dan pengaruh besar pada industri hiburan Korea Selatan. Dalam memperluas pengaruh budaya, SM Entertainment menggunakan beberapa strategi termasuk strategi *New Culture Technology*. Strategi ini bertujuan untuk memaksimalkan teknologi guna menyebarkan budaya Korea Selatan dan aktivitas SM Entertainment, termasuk NCT 127 yang menjadi topik pembahasan.

Pakar HI mengeksplorasi hubungan antara teknologi dan urusan global, di mana konseptualisasi tradisional mengenai teknologi dalam

HI memandangnya sebagai alat yang statis dan pasif. Namun, semakin banyak akademisi yang mendefinisikan ulang teknologi sebagai komponen inti yang politis dan integral dalam urusan global yang membentuk dan dibentuk oleh ekonomi, politik, dan budaya global. Dalam konteksnya dengan SM Entertainment dan *New Culture Technology*, penggunaan teknologi menjadi bagian integral dari pesatnya persebaran budaya Korea Selatan secara global melalui *Hallyu*. Penggunaan platform media sosial digital memungkinkan perusahaan hiburan Korea Selatan menjangkau publik global dan berkontribusi terhadap keberhasilan *Hallyu*.

New Culture Technology menjadi strategi pembaharuan untuk memunculkan estetika dengan menggabungkan kreatifitas seni dan produksi melalui media populer yaitu lagu pop dan video musik. Penerapan *New Culture Technology* dapat dilihat pada produksi video musik NCT 127 yang merepresentasikan gagasan *soft masculinity*. Melalui video musik, maskulinitas dapat digambarkan dan dipromosikan kepada seluruh masyarakat global. Oleh sebab itu, kehadiran suatu *boy group* signifikan dalam mempengaruhi persepsi maskulinitas karena *soft masculinity* yang dibawa oleh *boy group* dapat dianggap revolusioner, bagaimana kemudahan mereka mengekspresikan segala bentuk emosi membuat mereka berbeda. Dalam hal ini, video musik dan penampilan NCT 127 dapat dianalisis untuk menentukan bagaimana mereka menggambarkan dan mempromosikan *soft masculinity*.

Seperti video musik NCT 127 yang berjudul *Punch* di mana video musik tersebut mencirikan *soft masculinity* dengan para anggota

ditampilkan dalam berbagai adegan di mana mereka terlihat rentan dan emosional. Misalnya pada salah satu adegan, Jaehyun NCT 127 terlihat memangis sembari duduk di dalam bak mandi. Adegan ini menggambarkan kerentanan dan keterbukaan emosional yang merupakan karakteristik *soft masculinity* dan dilihat sebagai tantangan terhadap gagasan tradisional tentang maskulinitas yang menjunjung tinggi pengendalian emosi. Pentingnya emosi dalam politik global adalah emosi akan mengubah *status quo* atau berupa melampaui dan mengubah persepsi serta perspektif yang digunakan dalam praktik HI. Namun, emosi juga dapat merusak dan membentuk kembali HI di mana emosi menggeser dan merubah bentuk-bentuk kekuasaan dan ketertiban yang sudah mengakar (Hutchison, 2018). Hal ini kemudian dapat membantu penggemar memahami bahwa gender bukanlah konsep yang tetap atau kaku, melainkan sebuah konstruksi sosial yang dapat dinegosiasikan ulang.

Pada video musik lainnya yang berjudul *Kick It*, gagasan maskulinitas tradisional yang dicirikan melalui agresi dan dominasi kembali ditentang. Mereka menggunakan keterampilan mereka untuk membela diri sendiri dan orang lain dengan menolak kekerasan. Hal ini dapat membantu mempromosikan pandangan yang lebih positif dan sehat tentang maskulinitas yang dapat memberdayakan laki-laki lain yang merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma maskulinitas tradisional.

Hal ini karena meskipun tubuh didisiplinkan oleh norma sosial dan kekuasaan, namun mereka juga memiliki kapasitas untuk dapat menolak kekuasaan dan bertransformasi yang pada akhirnya

membentuk kembali perspektif, nilai, serta norma sosial dan politik. Sama seperti emosi, tubuh tidak dapat dipisahkan dari masyarakat dan budaya di mana tubuh kita adalah produk dari serangkaian proses sosial dan politik yang kompleks. Pada dasarnya, tubuh merupakan pusat dari berbagai perasaan, identitas seseorang serta makna dan nilai terkait yang dibentuk secara politis (Hutchison, 2018).

Melalui video musik yang diproduksi oleh NCT 127 dapat mempertimbangkan hubungan antara tubuh dan emosi sebagai bagian dari politik global yaitu memahami agen politik dan perubahan global. Ted Hopf dalam (Hutchison, 2018) berargumen bahwa dalam HI setiap upaya untuk melakukan perubahan harus terlebih dahulu mengatasi kekuatan persepsi, emosi dan praktik yang biasa dilakukan. Terdapat hal penting terkait dengan ini, yaitu bagaimana representasi, interpretasi dan wacana yang membentuk cara seseorang dilihat dalam politik global. Representasi dapat berupa ucapan, tulisan, citra, hingga penampilan melalui gerak tubuh. Berkaitan dengan video musik NCT 127 yang menunjukkan kerentanan emosi dan ketika para anggota NCT 127 menunjukkan sisi emosional mereka seperti yang dikatakan oleh para responden bahwa, *“mayoritas laki-laki terdorong untuk bertindak gagah. Kepercayaan diri laki-laki sangat terancam dengan tampil lemah atau emosional. Namun saat ini, media mulai menghadirkan citra laki-laki yang tidak takut untuk menunjukkan sisi femininnya salah satu contohnya adalah boy group NCT 127. Mulai banyak masyarakat Indonesia yang mengembangkan fandom K-Pop mereka sendiri, dimana mereka sama-sama mengkonsumsi dan memahami informasi yang disampaikan oleh*

Vol. 7. No. 1 (2024)

media yang berakibat pada perubahan ide maskulinitas. Beberapa penggemar pun mulai mengadopsi ide konstruksi gender seperti yang terwakili dalam musik K-Pop” (Yona, 22, Jakarta). Dalam hal ini, representasi membangkitkan perasaan dan pengaruh yang membentuk cara seseorang memandang dan memposisikan diri di dunia, hingga akhirnya dapat memberikan umpan balik dan membentuk kembali praktik representasi. Dengan demikian, NCT 127 menunjukkan bahwa emosi dapat diwujudkan, ditransmisikan, dan ditafsirkan dengan cara yang dapat mengubah makna, nilai, dan keyakinan yang melampaui batasan gender tradisional.

Representasi tidak bisa dipandang sebagai refleksi sederhana dari realitas yang terdistorsi. Penyederhanaan, generalisasi, abstraksi dalam hal ini merupakan proses politik yang inheren sehingga representasi seperti video merupakan struktur kompleks dari kode visual yang diorganisir untuk menghasilkan makna tertentu (Rowley, 2010), bagaimana properti, kostum, dan elemen lainnya yang direpresentasikan secara visual dalam suatu adegan menciptakan lapisan makna tambahan dan hal tersebut memberi kita banyak informasi tentang ekspektasi dari kualitas dan atribut karakter seperti pada jenis kelamin dan gender yang seringkali tanpa kita sadari bahwa proses pembuatan makna ini sedang bekerja. Adanya interpretasi yang dibuat oleh penggemar terhadap budaya populer juga merupakan salah satu isu yang penting dan kompleks karena menyangkut inti dari pemahaman kita tentang bagaimana budaya populer berfungsi dalam masyarakat kontemporer saat ini.

Maskulinitas juga berkaitan erat dengan mode (*fashion*). *Fashion* membentuk maskulinitas melalui budaya populer selama paruh abad kedua puluh yang berpengaruh dalam mengubah gaya dan citra tubuh laki-laki. *Soft masculinity* dengan ciri yang melekat adalah rasa kebebasan pribadi dan ekspresi yang diwujudkan melalui aspek individualistic seperti penampilan dan kepribadian yang lebih selaras dengan masyarakat global yang modern. Misalnya konsep *Neo* yang digunakan NCT 127 dalam strategi *New Culture Technology*. Salah satu responden, Nissa, menggunakan konsep *Neo* yang digunakan NCT 127 dalam menggambarkan identitas maskulin. NCT 127 telah mengadopsi maskulinitas yang berbeda dengan menggabungkan interaksi feminitas dan maskulinitas. Adanya fluiditas antara maskulinitas dan feminitas ini menunjukkan bahwa NCT 127 memiliki fleksibilitas di mana setiap anggotanya memiliki kemampuan yang berbeda untuk menggambarkan keragaman, sehingga sebagai grup dan individu mereka tidak membiarkan standar gender tradisional membatasi apa yang mereka lakukan dan kenakan agar sesuai dengan standar tertentu.

Bila dilihat dari lensa gender, *fashion* dapat menjadi alat representasi dari citra diri yang ingin ditampilkan seseorang, sehingga dapat dikatakan bahwa *fashion* bersifat konstruktif. Feminis postmodern berargumen bahwa *fashion* memiliki fungsi yang lebih luas, di mana *fashion* memiliki fungsi non-material yang bermakna sebagai seni, keindahan, dan identitas (Chandra & Soetjipto, 2021). Dengan ini, *fashion* bersama dengan media menjadikan sosok idola *K-Pop* sebagai representasi dari citra laki-laki ideal, di mana idola *K-Pop* sebagai agen membangun konstruksi narasi secara

Vol. 7. No. 1 (2024)

kolektif yang mendorong masyarakat bergerak menuju perubahan.

Pertukaran maskulinitas antara budaya akan terus terjadi. Interaksi antara *soft masculinity* dan publik global menjadi lebih mudah untuk diterima secara global termasuk Indonesia. budaya populer pun dapat dipahami secara luas bersinggungan dan membentuk pemahaman tentang politik global, bagaimana gambaran media seperti video musik dan penampilan *fashion* masuk ke dalam wacana globalisasi. Dalam hal ini, kehadiran tubuh merupakan hal penting dalam proses pembuatan makna (Aistrophe, 2020). Dengan demikian, wacana maskulinitas dapat dijelaskan ketika kita menyadari bahwa apa yang kita pahami mencerminkan dari siapa kita dibentuk dan pengaruh yang dibawanya, sehingga perkembangan *soft masculinity* melibatkan partisipasi aktif dari subjek yang terkandung, yang membentuk dan dibentuk oleh interaksi tersebut.

2. NCT 127 Sebagai Brand Ambassador Nature Republic

Dalam kaitannya dengan *soft masculinity*, Miyose (2015) berpendapat bahwa *soft masculinity* berkembang bukan karena laki-laki menjadi lebih feminine, tetapi sebagai konsekuensi dari dekonstruksi dikotomi laki-laki dan perempuan yang menunjukkan sebagai lawan dari sekedar feminisasi laki-laki. Dengan demikian, *soft masculinity* bekerja untuk menentang batas antara representasi maskulin dan feminine sehingga relevan dengan pemikiran feminis postmodern yang memiliki fokus untuk menyuarakan pluralisme dan mendekonstruksi pengetahuan terkait relasi perempuan dan laki-laki di tengah masyarakat.

Bisnis kecantikan mendorong kesempurnaan estetika laki-laki dan perempuan Korea Selatan dalam kapitalisme kontemporer. *Boy group K-Pop* menjadi kekuatan pendorong utama di balik perubahan gagasan tentang kecantikan dan penampilan laki-laki. Periklanan dan media adalah alat yang ampuh untuk memperluas kapitalisme, sehingga produk kecantikan yang dijual idola *K-Pop* berpengaruh besar, memberikan sinyal kepada konsumen global bahwa mereka juga dapat mencapai tingkat keunggulan yang sama dengan menggunakan produk yang serupa.

Kemunculan idola *K-Pop* laki-laki sebagai *brand ambassador* produk kecantikan membawa citra baru dalam industri kecantikan. Kecantikan yang mereka miliki dengan tampilan kulit yang lembut dan maskulin secara bersamaan membuat perempuan dan laki-laki lain mendambakan penampilan yang serupa. Perusahaan perawatan kulit dan kosmetik memiliki idola laki-laki untuk menjadi *brand ambassador* mereka sesuai dengan kepribadian merek dan oleh karena itu idola laki-laki menjadi garda terdepan dalam citra *soft masculinity*, di mana para idola tersebut menggambarkan perilaku lembut dan baik serta penampilan sempurna yang melambangkan citra mereka sebagai *kkotminam*. Pemerintah juga memberikan apresiasi tinggi bagi para seniman, hal ini karena pengaruh popularitas *K-Pop* di luar negeri dimanfaatkan sebagai peran pendukung dalam diplomasi untuk memperkenalkan budaya Korea Selatan.

NCT 127 dipilih menjadi *brand ambassador* dengan pertimbangan citra positif dan keramahan yang dimiliki menjadi landasan dasar dipilihnya NCT 127 sebagai *brand*

Vol. 7. No. 1 (2024)

ambassador Nature Republic (Wulandari, 2020). Selain karena citra yang positif, kepopuleran NCT 127 yang besar dan telah banyak dikenal oleh banyak masyarakat di seluruh dunia juga menjadi pertimbangan. Kepopuleran merupakan salah satu hal yang penting dalam mempromosikan sesuatu, karena dengan kepopuleran yang dimiliki tidak luput dari kepercayaan para penggemar terhadap NCT 127, sehingga kepercayaan ini dapat mempengaruhi sikap untuk memiliki segala hal yang berhubungan dengan idola termasuk terbukanya pandangan atas apa yang dilakukan oleh NCT 127. Kepopuleran ini terlihat pada antusiasme para penggemar ketika NCT 127 tampil pada iklan Nature Republic untuk pertama kalinya sebagai *brand ambassador*. Video yang diunggah pada laman Youtube Nature Republic Indonesia telah ditonton sebanyak 22.000 kali pada saat itu, sehingga hal tersebut membuktikan bahwa NCT 127 mempunyai massa yang besar dan dapat menarik perhatian konsumen.

“NCT 127 sangat loyal sebagai *brand ambassador*. Teman laki-laki saya dahulu tidak tertarik menggunakan *skincare*, namun berawal dari mencoba sekarang dia menjadi *glow up*, menjadi lebih percaya diri untuk mengekspresikan dirinya. Gencarnya NCT 127 mempromosikan penggunaan salah satu produk perawatan memberikan pengaruh cukup besar bagi teman saya yang seorang laki-laki” (Alfiani, 22, Semarang). Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kuat dari NCT 127 telah tumbuh dan menjadi bagian dari kehidupan penggemar di Indonesia. lebih lanjut, dukungan dari para penggemar NCT 127 memudahkan proses masuknya fenomena *soft masculinity*. Kehadiran *soft masculinity* dan produk lain

dibawanya memberikan dampak baik bagi citra Korea Selatan yang semakin dikenal yang ditandai dengan masyarakat Indonesia yang menggunakan produk Korea Selatan sebagai hal utama bagi para laki-laki maupun perempuan.

Hadirnya NCT 127 di Indonesia mampu menciptakan tren *soft masculinity* yang semakin meluas dan menyebar di Indonesia yang kemudian mematahkan konsep maskulinitas tradisional. seperti dalam hal menggunakan produk kecantikan asal Korea Selatan yang pada awalnya hanya mencoba dan keingintahuan hingga berhasil menjadi pilihan yang dipertimbangkan. Salah satu penggemar yang sebelumnya telah menyukai *Hallyu* kini mulai mengikuti tren *K-Beauty* dan membeli produk *K-Beauty*, menggunakan produk *K-Beauty* dalam kesehariannya. Hal ini didasari dari keterkenalan produk dan promosi yang gencar dilakukan oleh NCT 127.

Hallyu yang identik dengan budaya populer menjadikan *K-Pop* sebagai salah satu cara dalam promosi terhadap *soft masculinity*. Hal ini dimulai dari ketertarikan kepada NCT 127 yang kemudian muncul rasa tertarik dengan penampilan visual mereka yang dianggap kesempurnaan. Ketertarikan visual tersebut kemudian menimbulkan keinginan mempunyai penampilan yang sama sehingga mendorong mereka untuk mengetahui segala jenis produk yang dipromosikan oleh NCT 127. NCT 127 berhasil membawa *soft masculinity* menjadi semakin populer dan berhasil menciptakan tren baru melalui produk kecantikan dan perawatan di Indonesia yang dilihat dari ketertarikan para penggemar kepada *soft masculinity*, yang menciptakan keingintahuan atas pemahaman baru mengenai

maskulinitas. NCT 127 mampu membawa perkembangan gagasan maskulinitas yang awalnya didominasi oleh pemikiran tradisional dan Barat, namun saat ini gagasan maskulinitas mendapat pembaharuan dari munculnya tren *soft masculinity* yang berasal dari Korea Selatan.

IV. Kesimpulan

NCT 127 sebagai representasi Korea Selatan menunjukkan bagaimana mereka mewujudkan *soft masculinity*. NCT 127 sangat menggambarkan citra *soft masculinity* yang dapat dilihat dari penampilan, tindakan, dan sifat mereka. Akibatnya, karakter laki-laki macho yang melekat pada konsep maskulinitas tradisional pun mulai terkikis. Hal ini didasari pada citra maskulinitas NCT 127 yang bersifat fluid tidak hanya berpengaruh pada keberanian dan kebebasan berekspresi para penggemar tetapi juga mampu mengubah persepsi penggemar tentang konsep maskulinitas.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penggemar NCT terbesar di antara negara-negara lainnya, dan NCT 127 merupakan salah satu boygroup yang paling populer di Indonesia. Dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara dan artikel jurnal, penyebaran *soft masculinity* yang dilakukan oleh NCT 127 melalui strategi New Culture Technology dan NCT 127 sebagai brand ambassador Nature Republic yang terlihat pada konsep penampilan dan visual, serta cara mereka bertindak dan berpikir. Terlebih dengan menggunakan konsep Neo yang memungkinkan mereka melakukan integrasi antara hal-hal bersifat feminin dan maskulin.

Dari analisis jawaban yang diberikan oleh responden, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan. Pertama, penampilan fisik menjadi alasan utama para penggemar tertarik dengan NCT 127. Para penggemar menganggap penggunaan riasan dan gaya busana yang bagus menjadikan NCT 127 lebih menarik.

Kedua, para penggemar juga berpendapat bahwa penampilan visual yang sempurna tidak hanya mencerminkan karakter soft masculinity mereka. Dalam hal ini, kepribadian dan perilaku NCT 127 antar anggota dan terhadap penggemar yang hangat dan lembut juga menentukan identitas maskulin mereka. Terakhir, NCT 127 membuka pandangan para penggemar tentang wacana maskulinitas di Indonesia. NCT 127 menunjukkan bahwa konsep maskulinitas bersifat dinamis seiring dengan perubahan lingkungan global saat ini.

Dengan demikian, perbedaan konsep gender antara Indonesia dan Korea Selatan memiliki gap yang besar. Karena apa yang ditunjukkan oleh NCT 127 merupakan hal yang tidak biasa di Indonesia, dan hadirnya soft masculinity memberikan pandangan baru terhadap konsep gender maskulinitas di Indonesia. Hal ini juga menunjukkan bahwa NCT 127 dan popularitasnya di Indonesia memiliki potensi untuk merekonstruksi gagasan maskulinitas yang kaku. Pada akhirnya, soft masculinity sebagai hasil akhir konstruksi sosial menjadi sebuah realitas yang kemudian disetujui dan diterima oleh penggemar di Indonesia yang memiliki akar kuat pada tradisi patriarki.

Daftar Pustaka

- Aistrophe, T. (2020). Popular culture, the body and world politics. *European Journal of International Relations* Vol. 26, Issue 1, 163-186.
- Brown, A. M., & Ismail, K. J. (2019). Feminist Theorizing of Men and Masculinity: Applying Feminist Perspectives to Advance College Men and Masculinities Praxis. *Thresholds Volume 42, Issue 1*, 17-35.
- Caso, F., & Hamilton, C. (2015). *Popular Culture and World Politics: Theories, Methods, Pedagogies*. Bristol: E-International Relations.
- Chandra, A., & Soetjipto, A. W. (2021). Fashion, Feminisme dan Hubungan Internasional: Perdebatan dalam Literatur. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 17(1), 17-29.
- Clapton, W., & Shepherd, L. J. (2017). Lessons from Westeros: Gender and power in Game of Thrones. *Politics* Vol. 37(1), 5-18.
- Hooper, C. (2001). Masculinities in International Relations. In C. Hooper, *Manly States: Masculinities, International Relations, and Gender Politics* (pp. 79-116). New York: Columbia University Press.
- Hutchison, E. (2018). Emotions, Bodies, and the Un/Making of International Relations. *Millenium: Journal of International Relations*, 1-15.
- Jung, S. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-Pop Idols*. Hong Kong University Press.
- Kinsella, H. (2003). For a Careful Reading: The Conservatism of Gender Constructivism. *International Studies Review*, 5, 294.
- Kuponiyi, V. (2021, Februari 3). *Meet K-Pop Stylist Ahn Dooho And His Thoughts on Gender Neutral Fashion*. Dalam <https://www.envimedia.co/k-pop-stylist-ahn-dooho-gender-neutral-fashion/> diakses 15 Mei 2023
- Miyose, C. Y. (2015). Unrealistic Weeds of Love and Romance: The Korean Drama and the "Flower Boy" Genre. *Thesis*. University of Nevada.
- Mulya, L. H., & Soetjipto, A. W. (2021). Maskulinitas sebagai Tonggak Keempat dalam Kajian Feminisme Hubungan Internasional. *Indonesia Perspective* Vol. 6, No. 2, 222-235.
- Oktafianto, I. (2021). Penggambaran Karakteristik Maskulinitas pada

- Produk “Extra Joss” dalam Iklan Televisi. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 18, No. 1*, 26-37.
- Replogle, S. (2019). Feminism and International Relations: From Deconstruction to Reconstruction. *Student Journal of Politics*.
- Rowley, C. (2010). Popular Culture and the Politics of the Visual. In L. J. Shepherd, *Gender Matters in Global Politics: A feminist introduction to international relations* (pp. 309-325). New York: Routledge.
- Song, K. Y., & Velding, V. (2020). Transnational Masculinity in the Eyes of Local Beholders? Young Americans' Perception of K-Pop Masculinities. *Journal of Men's Studies Vol. 28(1)*, 3-21.
- Srivastava, S. (2019). Varieties of Social Construction. *International Studies Review*, 1-22.
- Tickner, J. A. (1992). Engendered Insecurities: Feminist Perspectives on International Relations. In *Gender in International Relations: Feminist Perspectives on Achieving Global Security* (p. 6). Columbia University Press.
- True, J. (2017). Feminism and Gender Studies in International Relations Theory. *Oxford Research Encyclopedia of International Studies*.
doi:<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190846626.013.46>
- Wulandari, R. (2020, April 13). *Gantikan EXO, NCT 127 Terpilih Jadi Brand Ambassador Terbaru Nature Republic*. Dalam <https://www.beautynesia.id/life/gantikan-exo-nct-127-terpilih-jadi-brand-ambassador-terbaru-nature-republic/b-135062> diakses 20 Mei 2023