

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Permasalahan kesetaraan gender tetap menjadi isu yang terus diperjuangkan tanpa henti. Dalam konteks ini, gender tidak hanya merujuk pada perbedaan biologis antara laki-laki dan perempuan, tetapi lebih menekankan pada perbedaan dalam peran, fungsi, dan tanggung jawab yang diemban oleh masing-masing gender (Gusmansyah, 2019). Permasalahan gender di Indonesia tetap kompleks dan sistemik. Misalnya, beban kerja rumah tangga yang tidak dibayar (*unpaid household labour*) masih sangat timpang: perempuan sering menanggung sebagian besar pekerjaan domestik dan hal ini membatasi partisipasi mereka di pasar kerja atau ruang publik (Zulaiha, 2018). Dalam dunia ketenagakerjaan pun ketimpangan gender masih tampak jelas. Sebuah studi memperlihatkan bahwa meskipun kebijakan upah minimum ada, peningkatan upah tersebut justru berhubungan dengan peningkatan ketimpangan gender artinya upaya kebijakan belum cukup menjamin keadilan gender dalam aspek ekonomi (Ngafiatut Diniyah, Farida Hanum, 2024).

Kesetaraan gender berarti situasi di mana laki-laki dan perempuan memiliki hak yang sama sebagai manusia serta memiliki peluang yang setara untuk berpartisipasi dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, pembangunan, maupun dalam pertahanan dan keamanan. Ketimpangan gender di Indonesia muncul karena struktur sosial dan kehidupan masyarakat masih sangat dipengaruhi oleh sejarah, lingkungan, tradisi, dan budaya yang berlandaskan pada sistem patriarki. Sistem ini menempatkan laki-laki sebagai pihak yang memiliki kekuasaan lebih besar dan dominan dibandingkan perempuan, sehingga perempuan sering mengalami diskriminasi, penindasan, dan eksploitasi (Sulistyowati, 2020).

Tak hanya itu, terdapat juga permasalahan gender mengenai stereotip yang merupakan label yang diberikan kepada kelompok atau jenis kelamin tertentu. Pembahasan tentang gender melibatkan pemahaman bagaimana sifat-sifat tertentu yang diasosiasikan dengan laki-laki dan perempuan didefinisikan dan diterima dalam lingkungan sosial dan budaya. Stereotip yang umum membayangkan

perempuan sebagai pribadi yang lembut, sopan, sensitif, dan memiliki sifat keibuan, sedangkan laki-laki dianggap lebih kuat, tegas, dan rasional (Andriyanti et al., 2023). Salah satu contoh stereotip gender yang masih kuat di masyarakat adalah anggapan bahwa laki-laki sebagai kepala keluarga yang bertanggung jawab mencari penghasilan, sementara istri mengurus pekerjaan rumah tangga. Pandangan ini sering menimbulkan ketidakadilan karena pekerjaan domestik yang dilakukan perempuan kerap dianggap sebagai tugas tambahan yang nilainya kurang dihargai jika dibandingkan dengan kontribusi laki-laki (Indasari, 2018).

Perbedaan gender antara laki-laki dan perempuan telah melalui proses yang panjang dan kompleks, dibentuk oleh berbagai faktor, seperti kondisi sosial budaya, keagamaan, dan kenegaraan. Dalam perjalanan waktu, perbedaan ini sering kali dianggap sebagai ketentuan Tuhan yang bersifat kodrati, seolah-olah tidak bisa diubah dan akan selalu melekat pada diri laki-laki dan perempuan. Pandangan ini sering kali mengaitkan perbedaan gender dengan ciri biologis, yang pada gilirannya dapat menimbulkan ketidakadilan gender di masyarakat (Mahdi, 2020). Gender seringkali disamakan dengan jenis kelamin (*sex*), tetapi sebenarnya keduanya berbeda. Banyak yang menganggap gender sebagai sesuatu yang diberikan oleh Tuhan atau kodrat ilahi, padahal gender lebih kompleks dan tidak hanya semata-mata hal tersebut (Chotim, 2020).

Dominasi dalam masyarakat berasal dari struktur patriarki, yang menciptakan ketidakadilan gender dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, baik di tingkat besar maupun kecil, secara sadar maupun tidak. Ketidakseimbangan gender ini dapat menyebabkan berbagai bentuk ketidakadilan sebagai masalah sosial, baik dari segi struktural maupun kultural. Pria yang memiliki tubuh kekar, berkulit sawo matang, dan terlihat lebih tegas sering diasosiasikan dengan maskulinitas tradisional, yang menjadi elemen penting dalam studi gender. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa budaya patriarki di Indonesia, dalam konteks maskulinitas tradisional, masih sangat kuat, di mana lelaki sering kali diidentikkan dengan karakter macho, berkulit sawo matang, dan berani (Octaviana, 2025). Secara umum, maskulinitas dipahami sebagai cara pria menegaskan identitas kejantanannya.

Perubahan ini mencerminkan munculnya apa yang disebut “maskulinitas baru” atau “*soft masculinity*”, di mana penampilan, perawatan diri, dan kepedulian terhadap estetika tak lagi dianggap bertentangan dengan identitas laki-laki. Hal ini juga didukung oleh temuan dari Analisis Konstruksi Citra Maskulinitas pada Merek Perawatan Wajah Pria di Indonesia, yang menunjukkan bahwa brand perawatan pria menggunakan strategi komunikasi digital untuk membingkai perawatan wajah dan *grooming* sebagai bagian dari maskulinitas yang dapat diterima secara sosial, dengan justifikasi fungsi profesional, spiritual, atau sebagai bagian dari gaya hidup modern (Satrio et al., 2025).

Perubahan ini juga membawa implikasi sosial: konsep maskulinitas kini semakin beragam dan fleksibel, memberi ruang bagi identitas laki-laki yang tidak terpaku pada tradisi. Penelitian Maskulinitas Baru: Redistribusi Kerja Perawatan dalam Perspektif Feminisme bahkan menunjukkan bahwa maskulinitas baru memungkinkan redistribusi peran perawatan bukan hanya pada aspek fisik atau estetika, tetapi juga dalam ranah domestik dan emosional sehingga mendukung kesetaraan gender dan merubah cara pandang masyarakat terhadap peran laki-laki (Gina et al., 2023).

Meski demikian, transformasi ini tak selalu mulus. Masih ada resistensi terhadap maskulinitas alternatif, terutama dari mereka yang memegang nilai maskulinitas tradisional yang menekankan ketegasan, dominasi, dan stoisisme emosional. Beberapa penelitian mencatat bahwa meskipun banyak pria melakukan perawatan diri atau grooming, mereka kadang enggan mengidentifikasi diri sebagai “metroseksual” atau lepas dari stereotip lama, karena takut dianggap “tidak maskulin” oleh lingkungan (Liu, 2023).

Ada banyak sekali fenomena gender yang terjadi diantaranya *fatherless* dan beban ganda (Alfan biroli, 2021). Adapun *Soft masculinity*, Menurut Jung (2011), dalam bukunya yang berjudul “*Korean Masculinities and Transcultural Consumption, soft masculinity*”. *Soft masculinity* merupakan bentuk maskulinitas yang mencoba menggabungkan antara maskulinitas tradisional Korea yang dikenal dengan *seonbi*, konsep pria cantik Jepang *bishonen*, dan gaya maskulinitas metroseksual yang bersifat global. Istilah ini berasal dari Korea dan juga dikenal dengan sebutan *kkotminam*, yang berarti laki-laki yang cantik seperti bunga.

*Kkotminam* merupakan *ikon* pria dengan citra lembut, penampilan sederhana, perhatian sebagai pendengar yang baik, dan tidak keberatan melakukan tugas yang biasanya dianggap pekerjaan perempuan. *Soft masculinity* sendiri merupakan perpaduan antara sifat-sifat yang diasosiasikan dengan maskulinitas dan feminitas (Fauzi, 2021). Menurut Krissetyoningrum (2014) masyarakat Indonesia memandang gender sebagai sesuatu yang sudah mutlak atau kodrati. Orang Indonesia menunjukkan jati diri lewat cara berpakaian, penampilan, cara berinteraksi, ekspresi verbal dan non-verbal, serta jenis aksesoris yang dipakai (Siagian & Saifudin, 2025).

Dalam satu dekade terakhir, terjadi pergeseran signifikan dalam cara masyarakat Indonesia memaknai maskulinitas. Model maskulinitas tradisional yang menekankan kekuatan fisik, kekakuan, dan dominasi kini mulai dikaji ulang terutama di kalangan generasi muda dan melalui media massa serta iklan. Trend konsumsi produk perawatan diri dan grooming untuk pria semakin meningkat, dan hal ini mencerminkan munculnya alternatif terhadap “maskulinitas hegemonik.” Misalnya, penelitian Transformasi Nilai Maskulinitas Laki-Laki Pengguna Kosmetik menunjukkan bahwa banyak pria menggunakan kosmetik sebagai bagian dari perawatan diri, menjaga penampilan, dan memenuhi tuntutan pekerjaan, yang lalu memengaruhi nilai maskulinitas mereka (Ngafiatut et al., 2024).

Selain itu, media khususnya iklan dan promosi produk grooming memainkan peran besar dalam membentuk representasi baru tentang laki-laki ideal. Iklan-iklan tersebut semakin sering menampilkan pria dengan tampilan rapi, wajah bersih, gaya berbusana yang modis, serta gestur yang lebih lembut dan estetik, menggantikan stereotip lama tentang “maskulinitas kasar.” Sebagai contoh, studi Analisis Konstruksi Citra Maskulinitas pada Merek Perawatan Wajah Pria di Indonesia menemukan bahwa iklan produk perawatan wajah pria berusaha mendekonstruksi citra maskulinitas tradisional melalui visual dan strategi komunikasi, melahirkan apa yang disebut “locally negotiated masculinity” (Satrio et al., 2025).

Namun, pergeseran ini tidak serta-merta diterima secara merata dalam masyarakat. Konsep *soft masculinity* kerap menghadapi resistensi dan stigma terutama dari kalangan yang masih memegang nilai tradisional. Misalnya,

penelitian Melampaui Maskulinitas Tradisional: Pelabelan ‘Boti’ pada Laki-Laki Pengguna Kosmetik menunjukkan bahwa pria pengguna kosmetik bisa dilabeli “boti”, sebuah stigma negatif yang menggambarkan mereka sebagai feminin atau kurang “laki-laki” (Solikhin, 2025).

Masyarakat Indonesia masih memegang teguh konsep maskulinitas tradisional, di mana pria yang bergaya lembut dianggap melanggar kodratnya sebagai laki-laki (Asmaret, 2018). Oleh karena itu, *soft masculinity* sering dipandang sebagai hal yang mengkhawatirkan karena dianggap bisa mengancam budaya lokal yang menjadi identitas nasional (Nurfiana, 2021).

Dari fenomena yang diangkat dapat dipahami lewat beberapa pendekatan gender. Misalnya teori labeling dari Howard S. Becker yang menjelaskan bahwa sebenarnya tidak ada tindakan yang sepenuhnya menyimpang. Setiap tindakan bersifat “netral” dan “relatif,” artinya maknanya bergantung pada sudut pandang orang yang menilai. Suatu tindakan baru dianggap menyimpang ketika orang lain atau masyarakat memberikan makna dan memberi label (labeling) sebagai perilaku menyimpang (Ilham et al., 2025).

Dan juga teori interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead, teori ini berfokus pada bagaimana individu menciptakan makna melalui interaksi sosial, yang sangat penting dalam konteks pembentukan identitas gender dan peran sosial. Interaksionisme simbolik berpendapat bahwa manusia berinteraksi dan membangun makna melalui simbol-simbol, seperti bahasa dan gestur. Mead menekankan bahwa, kemampuan berpikir manusia berkembang melalui interaksi sosial, berbeda dengan binatang, dalam proses interaksi makna dan simbol yang dipelajari dalam interaksi sosial mempengaruhi tindakan individu, dan setiap individu dapat memiliki makna yang berbeda tergantung pada interpretasi mereka terhadap simbol-simbol tersebut (Effendi et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana *soft masculinity* di media sosial memengaruhi cara berpikir mahasiswa FISIP UIN Bandung dalam pembentukan stereotip tentang gender, serta bagaimana interaksi simbolik dapat membentuk identitas dan stereotip gender mereka. Dengan memahami dinamika ini. Oleh karena itu penelitian ini penting guna mengetahui, dan menjelaskan

bagaimana *soft masculinity* terbentuk stereotip gender mahasiswa FISIP UIN Bandung.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pemahaman mahasiswa FISIP UIN Bandung tentang *soft masculinity* membentuk persepsi mereka terhadap stereotip gender?
2. Apa bentuk interaksi mahasiswa yang membentuk stereotip gender tentang *soft masculinity*?
3. Apa dampak *soft masculinity* terhadap stereotip gender mahasiswa FISIP UIN Bandung ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pemahaman mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung mengenai konsep *soft masculinity* serta bagaimana konsep tersebut memengaruhi cara mereka membangun pemahaman terkait stereotip gender.
2. Untuk mengkaji kontribusi proses interaksi simbolik dalam membentuk stereotip gender pada identitas diri mahasiswa, khususnya melalui simbol, tindakan, dan komunikasi yang terjadi dalam lingkungan sosial mereka.
3. Untuk mengidentifikasi dan memahami dampak hadirnya *soft masculinity* terhadap pembentukan, perubahan, atau pergeseran stereotip gender pada mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Ada beberapa hal yang dapat dipandang bermanfaat baik secara akademis maupun praktis, dengan mengangkat penelitian ini, diantaranya:

1. Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini diharapkan akan membawa kontribusi akademis di bidang sosiologi gender, khususnya dalam konsep *soft masculinity* yang merupakan bentuk maskulinitas yang lebih lembut, inklusif, dan fleksibel dapat diamati melalui cara berpakaian, dan tingkah laku mahasiswa.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi bagaimana *soft masculinity* dapat mempengaruhi pembentukan stereotip gender di kalangan mahasiswa. Maka, penelitian ini tidak hanya relevan di bidang sosiologi, tetapi juga di bidang lain seperti psikologi, ilmu komunikasi, dan lain sebagainya.

## 2. Kegunaan Sosial

Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi manfaat bagi masyarakat. Bagi mahasiswa, hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bentuk maskulinitas yang ada di Indonesia pada pembentukan stereotip gender. Maka, mahasiswa dapat membuat keputusan lebih bijaksana dalam memahami bentuk stereotip gender yang ada pada media sosial. Penelitian ini dapat membantu mahasiswa memahami makna dalam pembentukan stereotip gender.

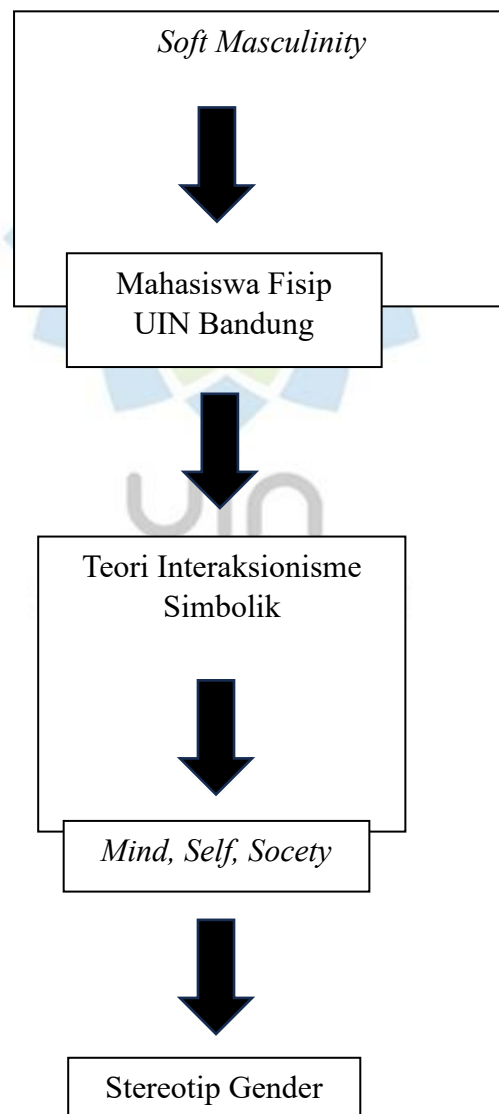
## E. Kerangka Berpikir

*Soft masculinity* muncul sebagai tren baru yang dikenal dengan istilah *kkotminam*, yaitu laki-laki yang memiliki penampilan lembut, memakai riasan, dan berpakaian modis. *Kkotminam* ini dianggap sebagai kebalikan dari konsep maskulinitas tradisional yang biasanya lebih maskulin dan kasar. Fenomena *kkotminam* mulai dikenal di Korea Selatan pada sekitar tahun 1990-an, saat pemerintah Korea Selatan membuka pintu masuknya budaya populer Jepang ke negaranya (Zahra et al., 2024).

*Soft Masculinity* membawa tantangan pada konsep maskulinitas yang ada di Indonesia. Tak terkecuali bagi mahasiswa yang sehari-hari aktif dalam bersosialisasi. Dari komunikasi tersebut terbentuk suatu interaksionisme simbolik yang terjadi dan dapat membentuk stereotip gender yang berbeda-beda di kalangan mahasiswa. *Soft masculinity* memunculkan pertanyaan penting akan bagaimana keterlibatan *soft masculinity* dalam pembentukan stereotip gender mahasiswa setelah adanya bentuk maskulinitas baru yang saat ini marak salah satunya yang berada di media sosial.

Pemikiran yang disampaikan melalui penelitian ini dijelaskan melalui skema pemikiran berikut ini:

**Gambar 1.1 Kerangka Berpikir**



*Sumber Olahan Peneliti, 2025*

Identitas baru dapat dilihat di berbagai tempat salah satunya di media sosial mahasiswa banyak melihat identitas baru yang ditunjukkan oleh banyak orang khususnya identitas mengenai makna sebuah maskulinitas, Dalam konteks tersebut, keterlibatan mahasiswa dalam penggunaan media sosial dapat mempengaruhi pembentukan stereotip gender pada mahasiswa. Untuk meneliti hal tersebut, peneliti menggunakan teori interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead untuk melihat makna interaksi simbolik yang ada di media sosial dalam pembentukan stereotip gender mahasiswa.

Salah satu faktor utama yang terjadi adalah bagaimana mahasiswa mendefinisikan stereotip gender yang mereka lihat di media sosial. Dalam teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead, yang berfokus pada bagaimana makna dan simbol memengaruhi tindakan dan interaksi manusia. Di sini Mead membedakan tindakan lahiriah dari tindakan tersembunyi. Perilaku lahiriah adalah perilaku sebenarnya yang ditunjukkan oleh seorang aktor. Perilaku tersembunyi adalah proses berpikir yang melibatkan simbol dan arti. Sebagian besar tindakan manusia mengandung kedua jenis perilaku tersebut. Interaksionisme simbolik adalah teori yang fokus pada perilaku tersembunyi. Selain itu, proses penafsiran juga merupakan percakapan antara dua bagian berbeda dari diri sendiri, yang Mead sebut sebagai fase (Rahma et al., 2024).

Dalam penelitian ini penggunaan teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead, memberikan pemahaman tentang bagaimana individu menciptakan makna melalui interaksi sosial, yang sangat penting dalam konteks pembentukan identitas gender dan peran sosial. Interaksionisme simbolik berpendapat bahwa manusia berinteraksi dan membangun makna melalui simbol-simbol, seperti bahasa dan gestur. Mead menekankan bahwa, kemampuan berpikir manusia berkembang melalui interaksi sosial, berbeda dengan binatang, dalam proses interaksi makna dan simbol yang dipelajari dalam interaksi sosial mempengaruhi tindakan individu, dan setiap individu dapat memiliki makna yang berbeda tergantung pada interpretasi mereka terhadap simbol-simbol tersebut.

Mead menjelaskan bahwa identitas diri (*self*) terbentuk dari interaksi dengan orang lain, di mana individu berperan sebagai subjek dan objek dalam hubungan sosial. Melalui proses ini, individu menginternalisasi norma dan nilai-nilai

masyarakat yang membentuk pemahaman mereka tentang diri dan peran gender. *Soft masculinity* merujuk pada bentuk maskulinitas yang lebih lembut dan sensitif, sering kali menolak stereotip maskulinitas tradisional yang keras dan dominan. Ini mencakup sifat-sifat seperti empati, kerentanan, dan kolaborasi, yang sering kali dianggap sebagai atribut feminis (Halik, 2024).

Keterkaitannya dengan teori ini adalah, pembentukan makna gender dimana dalam konteks *soft masculinity*, individu belajar untuk mendefinisikan ulang apa artinya menjadi pria melalui interaksi sosial. Mereka mungkin mengadopsi sifat-sifat lembut sebagai respons terhadap norma-norma sosial yang berubah, pria yang mengekspresikan *soft masculinity* menggunakan simbol-simbol baru (misalnya, cara berbicara atau berpakaian) untuk menggambarkan identitas mereka. Ini menciptakan ruang bagi interpretasi baru tentang maskulinitas, Tindakan pria yang menunjukkan *soft masculinity* dapat memicu berbagai reaksi dari masyarakat, mulai dari penerimaan hingga penolakan.

Proses ini menunjukkan bagaimana makna maskulinitas dapat berbeda tergantung pada konteks sosial dan budaya. Teori interaksionisme simbolik Mead memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami bagaimana *soft masculinity* dibentuk dan dipahami dalam masyarakat. Melalui interaksi sosial yang ada di media sosial, individu dapat menginternalisasi makna baru tentang identitas gender, memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri dengan cara yang lebih fleksibel dan terbuka. Dengan demikian, konsep *soft masculinity* tidak hanya mencerminkan perubahan dalam persepsi gender tetapi juga menunjukkan dinamika kompleks dalam interaksi sosial di masyarakat modern.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana *soft masculinity* dapat membentuk stereotip gender yang ada pada mahasiswa, khususnya mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dengan memahami *soft masculinity* dalam pembentukan stereotip gender mahasiswa menggunakan teori interaksionisme simbolik. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi mahasiswa dalam memahami stereotip gender yang ada di media sosial dan pembentukan stereotip gender yang terjadi karena adanya media sosial.