

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hadirnya *pageant* di tengah masyarakat Indonesia menjadi fenomena yang saat ini berhasil menarik perhatian masyarakat. Masyarakat sering mengaitkan *pageant* dengan kontes kecantikan yang diikuti oleh perempuan saja, namun kenyataannya pada saat ini banyak laki-laki juga mengikuti *pageant*. Terbukti dari data website Ensiklopedia Dunia Universitas Sains dan Teknologi Komputer terdapat 54 kontes *male pageant* yang tersebar di dunia, bahkan terdapat 247 kontes duta pariwisata provinsi dan kabupaten atau kota di Indonesia.

Kata *pageant* sendiri berasal dari serapan bahasa Inggris yang memiliki arti pawai sejarah atau pertunjukan yang indah. Namun *pageant* yang akan penulis bahas disini merupakan sebuah kontes yang menilai kecantikan dan ketampanan pesertanya. Masyarakat seringkali beranggapan bahwa *pageant* hanya diikuti oleh perempuan saja, biasanya hanya menunjukkan 3B yaitu *brain*, *beauty*, dan *behavior* (Manihuruk, 2023). Namun jika dilihat dengan adanya perubahan dan pergeseran budaya, kesadaran tentang kesetaraan gender semakin dilanggengkan dalam persaingan untuk meraih prestasi yang sama. Tanda-tanda tersebut bisa diamati dari bertambahnya jumlah laki-laki yang terlibat dalam pekerjaan yang biasanya dianggap sebagai ranah khas perempuan, seperti menjadi *fashion designer*, *make up artist (MUA)*, dan bidang sejenisnya. Sama halnya dengan *pageant* memiliki bentuk tidak hanya *female pageant* namun juga terdapat *male pageant*.

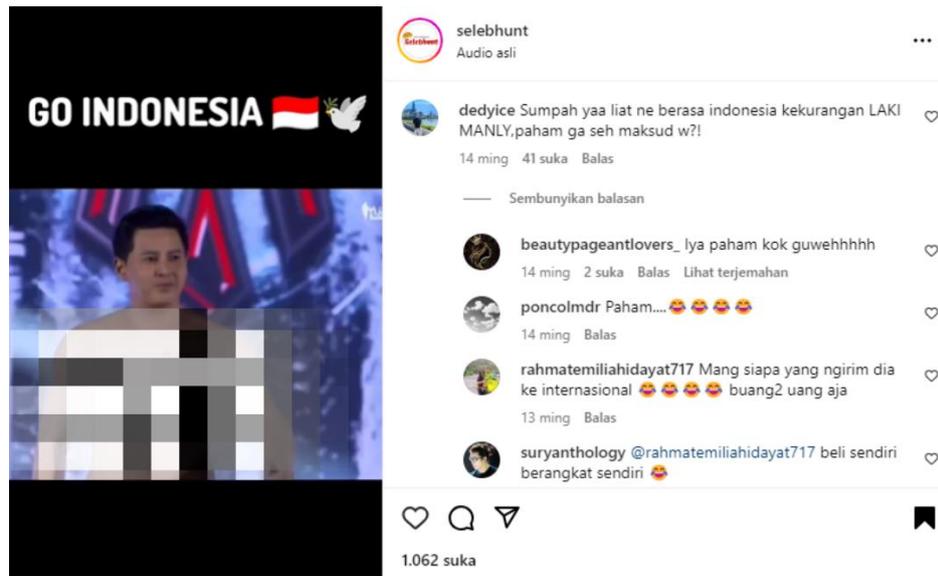
Manhunt International merupakan pioner kontes *male pageant* yang pertama kali diadakan, kontes tersebut diselenggarakan pada tahun 1993 di Singapura (Empire, 2021). Sejak saat itu bermunculan berbagai kontes yang sama seperti Mister International, Mister World, Mister Universal Ambassador, Mister Global, Mister Grand International dan lainnya. Indonesia juga terkena dampak perkembangan dari *male pageant*, dengan diselenggarakannya L-Men Of The Year di Tahun 2004 oleh salah satu perusahaan susu tinggi protein rendah lemak bagi laki-laki. Sejak saat itu, munculnya kontes-kontes turunan dari ajang *male pageant* internasional, yang nantinya pemenang setiap negara akan mewakili negaranya masing-masing dalam kontes *male pageant* internasional. Di Indonesia sendiri kontes *male pageant* yang pernah diadakan diantaranya yaitu Mister Indonesia, Mister Teen Indonesia, Mister Universal Ambassador, Mister Asia Indonesia dan lainnya (Windasari, 2018).

Di setiap daerah terdapat kontes *pageant* lokal, ada pemilihan duta pariwisata yang terbuka untuk laki-laki dan perempuan. Kontes ini serupa dengan duta wisata seperti Abang None Jakarta dan Kakang Mbakyu Kota Malang. Pada saat kontes diselenggarakan terdapat portal *pageant* yang menyebarkan informasi terkait kegiatan saat kontes tersebut berlangsung. Tujuannya agar kontes tersebut mendapatkan perhatian masyarakat lebih luas. Tidak hanya kontes *pageant* daerah, portal *pageant* memberikan suguhan informasi dunia *pageant* baik nasional bahkan internasional.

Akun portal *pageant* sendiri adalah akun Instagram memuat beragam informasi yang membahas tentang *beauty pageant*, mencakup berita-berita terbaru

tentang peserta *beauty pageant*, berita-berita terbaru tentang perkembangan kontes yang diselenggarakan, informasi terbaru terkait proses pendaftaran pada sebuah kontes, serta konten yang memuat berbagai humor bahkan gosip seputar *beauty pageant*. Akun portal *pageant* bukan sebuah akun yang dibuat secara resmi oleh organisasi tertentu, namun merupakan sebuah akun independen yang dibuat dan dikelola secara individu atau kelompok oleh orang yang memiliki rasa cinta yang besar terhadap dunia *beauty pageant* (Imarshan, 2021).

Dibandingkan dengan *male pageant*, sebagian besar konten yang disediakan oleh portal *pageant* adalah tentang *female pageant*. Terlepas dari kenyataan bahwa *male pageant* telah menghasilkan pemenang yang memenuhi syarat untuk berkompetisi di acara serupa dalam skala dunia, tetap saja kontes *male pageant* kurang terpublikasikan. Karena kebanyakan yang diungkap oleh media adalah ajang *female pageant*, hal ini semakin memperkuat stereotip atau anggapan di masyarakat bahwa *pageant* hanya untuk perempuan (Windasari, 2018). Di zaman modern masih banyak masyarakat yang masih menggunakan konsep maskulinitas tradisional. Hal ini diperlihatkan dalam audiens portal *pageant* yang masih terkonstruksi dalam konsep maskulinitas tradisional bahkan memberikan komentar negatif ke peserta *male pageant*. Hal tersebut sangat berbeda jika sebuah portal *pageant* memberitakan tentang kontes *female pageant*, audiens akan lebih dapat menerima dan komentar dalam Instagram didominasi oleh komentar-komentar positif.



Gambar 1. 1 Unggahan Portal Pageant @selebhunt

Sumber : Instagram/@selebhunt

Beberapa masyarakat memandang bahwa laki-laki yang berpartisipasi dalam kontes *male pageant* kerap dianggap sebagai laki-laki yang kurang maskulin. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa konten yang diunggah oleh portal *pageant*, salah satunya adalah @selebhunt. Dalam sebuah konten yang memperlihatkan salah satu perwakilan negara Indonesia bernama Nathan Azhariansyah dalam kontes *male pageant* Man Hot Star International 2023 yang diselenggarakan di Thailand mendapatkan komentar negatif dari warganet. Contoh komentar negatif yang ada di konten portal *pageant* salah satunya dari akun Instagram @dedyice berkomentar “*Sumpah ya lihat ini berasa Indonesia kekurangan laki manly, paham gak sih maksud gue?*”. Dari komentar tersebut terdapat balasan komentar dari warganet lain yang menyetujui pernyataan tersebut.

Laki-laki yang berpartisipasi dalam kontes *male pageant* sering kali disamakan dengan gaya hidup metroseksual, memiliki ketertarikan seksual sesama

jenis, dan sering mendapatkan label negatif lainnya. Hal ini tentu disebabkan oleh penampilan dari peserta *male pageant* yang umumnya memiliki tubuh berotot, penampilannya rapi, memiliki kulit yang terawat, bersih, dan berwarna putih (Windasari, 2018). Sedangkan nilai maskulinitas yang ada pada masyarakat sering dikaitkan dengan identitas gender laki-laki, yang kerap kali dianggap sebagai individu yang kuat, tangguh, berani, dan mendominasi. Konsep tersebut sering memunculkan sebuah ekspektasi bahwa laki-laki harus memperlihatkan kekuatan dan menolak segala sesuatu yang memperlihatkan suatu kelemahan atau tidak maskulin (Afli, 2023).



Gambar 1. 2 Unggahan Portal Pageant @selebhunt

Sumber : Instagram/@selebhunt

Unggahan lainnya berasal dari akun Instagram @selebhunt yang membahas tentang *male pageant*. Pemenang Mister Teen Indonesia 2023 bernama Rafiansyah Iqbal mendapatkan banyak cibiran serta hinaan setelah memenangkan gelar tersebut. Jika dilihat dari gambar 1.2, pemenang dianggap kurang layak karena

kurang maskulin. Bahkan tidak sedikit pula warganet memberikan label negatif misalnya pemenang kontes tersebut memiliki seksualitas yang menyimpang. Tentunya jika dibiarkan lebih lanjut akan menimbulkan sebuah *toxic masculinity*. Menurut Nirmala (2024) *toxic masculinity* akan menimbulkan objektifitas terhadap seksualitas, homofobia, transfobia, bahkan dapat mendorong perilaku yang sangat berisiko. Hal ini bersinggungan dengan dampak *toxic masculinity*, label-label negatif tersebut akan membatasi seorang laki-laki khususnya peserta *male pageant* untuk bebas berekspresi, bahkan dapat menimbulkan rasa asing terhadap potensi yang ada pada diri.

Shepherd Bliss (1990) seorang psikolog yang memperkenalkan istilah *toxic masculinity*. Istilah ini dipergunakan dalam mengidentifikasi dan memisahkan aspek positif dan negatif dari maskulinitas (Seravim et al., 2023). *Toxic masculinity* merupakan hasil dari norma-norma sosial yang dibentuk oleh masyarakat yang didominasi oleh patriarki. Shepherd Bliss (1990) dalam penelitiannya menemukan bahwa dampak buruk dari maskulinitas dapat merusak kehidupan seorang laki-laki (Farike et al., 2022). Dampak negatif yang timbul mencakup kesulitan bagi laki-laki dalam mengekspresikan perasaan yang lemah, stigma aneh menempel pada laki-laki yang menunjukkan sikap lebih feminim, dan laki-laki tidak perlu terlalu memperhatikan penampilan. Budaya maskulin yang dominan mengatur perilaku laki-laki, menekankan bahwa laki-laki harus mengikuti norma-norma yang ada.

Toxic masculinity menekankan bahwa laki-laki lebih unggul daripada perempuan, laki-laki harus bertanggung jawab dan memimpin, laki-laki harus kuat sedangkan perempuan harus lebih lemah. Laki-laki kerap dianggap tidak mungkin

untuk mengalami pelecehan seksual akibat dari istilah *toxic masculinity*, yang melanggengkan gagasan bahwa pria lebih kuat, lebih berkuasa, dan mendominasi daripada wanita (Akbar, 2022). Namun pada kenyataannya kekerasan seksual juga dapat terjadi pada laki-laki. Seorang perempuan berusia 28 tahun di Probolinggo, Jawa Timur, dinyatakan bersalah atas tuduhan pemerkosaan terhadap seorang anak laki-laki berusia 16 tahun, yang menggemparkan Indonesia pada bulan April 2021. Di tahun yang sama, kasus pelecehan seksual yang dilakukan oleh seorang rekan kerja laki-laki terhadap seorang karyawan laki-laki di Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) kembali menghebohkan publik (Faqih et al., 2022).

Meski jumlah kasus kekerasan terhadap laki-laki umumnya lebih sedikit, namun angka kematian akibat bunuh diri pada laki-laki justru lebih tinggi. Menurut laporan Bank Dunia, pada tahun 2019 tingkat bunuh diri laki-laki di Indonesia mencapai 3,7/100.000 penduduk, angka ini jauh lebih tinggi jika dibandingkan tingkat bunuh diri perempuan yang hanya sebesar 1,1/100.000 penduduk (Annur, 2021). Tingginya kasus bunuh diri di kalangan laki-laki disebabkan oleh budaya yang menekankan pada citra maskulinitas yang kuat dan tegas. Hal ini membuat banyak laki-laki merasa sulit untuk mengungkapkan perasaan dan kesulitan mereka, karena dianggap sebagai tanda kelemahan (Gegung, 2024). Meskipun meminta saran dari dokter, laki-laki sering enggan mengungkapkan secara jujur gejala depresi yang mereka alami. Hal tersebut sebagai contoh pola pikir *toxic masculinity*. Maskulinitas pada dasarnya adalah sesuatu yang positif. Namun jika telah menjadi *toxic* akan berdampak negatif pada kesehatan mental, bahkan menyebabkan laki-laki merasa ingin melakukan bunuh diri (Jannah, 2023).

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2012 (Rakhmah, 2021). Generasi Z kerap kali dianggap sebagai kelompok yang sangat ekspresif. Menjadi kelompok generasi yang sangat ekspresif, mereka terkadang terjebak dalam norma-norma *toxic masculinity* yang membatasi kebebasan mereka untuk mengekspresikan diri. *Toxic masculinity* masih menjadi masalah besar di kalangan generasi muda, termasuk generasi Z. Tidak heran jika seringkali mereka terperangkap dalam pola pikir yang memaksa mereka untuk mematuhi standar maskulin yang ada di masyarakat (Seravim et al., 2023).

Penelitian tentang maskulinitas telah dilakukan oleh Suryani & Astuti (2022) menerangkan bahwa ARMY Surakarta membentuk persepsi terhadap maskulinitas BTS yang dikonstruksi dalam tiga komponen *urgent* dalam proses pembentukan sebuah persepsi dari Alex Sobur, antara lain seleksi, interpretasi, dan reaksi. Didasari oleh karakter maskulinitas dari Beynon, antara lain *No Sissy Stuff*, *Be a Big Wheel*, *Be a Sturdy Oak*, *Give em Hell*, *New Man as Nurturer*, *New Man as Narcissist*, laki-laki yang *macho*, kekerasan dan hooliganism, dan laki-laki metroseksual, berdasarkan penampilan, sikap, gaya hidup, dan interaksi mereka dengan para penggemar, BTS diyakini mewujudkan kualitas seorang pria. Hampir sama seperti penelitian tersebut, dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan persepsi dari generasi Z di Jawa Timur tentang maskulinitas peserta *male pageant* pada unggahan Instagram portal *pageant @selebhunt*.

Berdasarkan penjelasan di atas, tampak bahwa *toxic masculinity* berasal dari norma-norma sosial yang dibentuk oleh masyarakat yang didominasi oleh konsep patriarki. Hal ini mengakibatkan dampak negatif terutama generasi Z.

Konsep maskulinitas sangat terlihat pada fenomena *male pageant* yang dialami oleh setiap pesertanya dalam konten yang diunggah oleh portal *pageant @selebhunt*. Maka sangat menarik untuk mengetahui persepsi generasi Z terkait maskulinitas peserta *male pageant* pada unggahan Instagram portal *pageant @selebhunt*. Penulis memberikan fokus terhadap generasi Z yang ada di provinsi Jawa Timur karena dalam dunia *pageant* nasional, provinsi Jawa Timur seringkali memenangkan kontes *male pageant* baik nasional bahkan internasional. Hal ini terbukti data dari website Ensiklopedia Dunia Universitas Sains dan Teknologi Komputer, tahun 1982 hingga tahun 2023 Jawa Timur berhasil mewakili Indonesia pada kontes *pageant* internasional 37 perwakilan di *female pageant* dan 10 perwakilan di *male pageant*. Dari penelitian diatas peneliti ingin meneliti persepsi generasi Z di Jawa Timur tentang maskulinitas peserta *male pageant* pada unggahan Instagram portal *pageant @selebhunt*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah “bagaimana persepsi generasi z Jawa Timur tentang maskulinitas peserta *male pageant* pada unggahan instagram portal *pageant @selebhunt?*”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi generasi Z Jawa Timur tentang maskulinitas peserta *male pageant* pada unggahan Instagram portal *pageant @selebhunt*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan membantu serta bisa menjadi bahan rujukan dalam pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya berkaitan dengan persepsi generasi Z di Jawa Timur tentang maskulinitas peserta *male pageant* pada unggahan Instagram portal *pageant @selebhunt*, dapat memberikan pandangan lain generasi Z tentang *toxic masculinity*, dan memberikan pandangan lain generasi Z tentang konten Instagram portal *pageant @selebhunt*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Mampu memberikan kontribusi kritik, saran, serta menjadi pandangan bagi masyarakat mengenai persepsi generasi Z di Jawa Timur tentang maskulinitas peserta *male pageant* pada unggahan Instagram portal *pageant @selebhunt*.