

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Maskulinitas sebagai konstruksi sosial, telah mengalami perubahan signifikan seiring berjalannya waktu. Di masa lalu, konsep maskulin seringkali dipersepsikan sebagai karakteristik fisik yang berfokus pada otot, kekuatan, serta penampilan yang keras dan penuh kejantanan, dengan ciri khas seperti berewok dan postur tubuh yang kekar. Stereotip ini, yang muncul seiring berkembangnya budaya patriarki dan pengaruh media, menciptakan batasan ketat terhadap bagaimana seorang pria harus tampil dan bertindak dalam masyarakat. Namun, dalam beberapa dekade terakhir, terjadi pergeseran yang signifikan dalam pemahaman terhadap maskulinitas, seiring dengan munculnya berbagai dinamika sosial, budaya, dan teknologi. Fenomena ini menciptakan ruang bagi terciptanya “maskulinitas Non-Hegemonik” yang lebih beragam dan fleksibel, yang tidak terikat pada standar tradisional yang sempit. (Utami & Demartoto, 2022)

Salah satu perubahan terbesar yang dapat diamati adalah pergeseran dari maskulinitas yang didasarkan pada kekuatan fisik menuju ekspresi diri yang lebih bebas dan individualistik. Dalam konteks ini, maskulinitas tidak lagi diidentikkan dengan otot yang besar atau ketegasan dalam penampilan, melainkan dengan gaya hidup, fashion, dan identitas personal yang lebih ekspresif. Sebagai contoh, banyak pria saat ini yang mengadopsi gaya kasual

yang lebih sederhana namun tetap menunjukkan sisi maskulin mereka, seperti pemakaian pakaian streetwear atau aksesoris yang menonjolkan citra keberanian tanpa harus tampil “macho” secara fisik. (Pithaloka et al., 2023)

Fenomena ini dapat dilihat pada banyaknya tokoh pria publik yang tidak lagi terjebak dalam stereotip maskulin tradisional. Sejumlah selebritas dan influencer, seperti aktor, musisi, dan atlet, mulai menunjukkan bahwa maskulinitas bisa tampil lebih lembut tanpa kehilangan nilai-nilai kekuatan dan ketegasan. Misalnya, bintang pop seperti Harry Styles dan aktor Timothée Chalamet dikenal dengan penampilan mereka yang lebih eksperimental dan elegan, yang berlawanan dengan citra maskulin klasik. Gaya mereka yang lebih androgini dan cenderung lebih ekspresif justru memperkaya pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan maskulinitas. (Nichols & Stahl, 2021)

Pada saat yang sama, fenomena “badboy” juga menjadi salah satu representasi baru dari maskulinitas yang lebih santai namun tetap terkesan kuat. Dalam konteks ini, “badboy” tidak lagi identik dengan citra pria kasar yang selalu berperilaku agresif, melainkan lebih kepada penampilan yang kasual dan tidak terkesan terlalu diatur. Penampilan seperti ini mencerminkan kebebasan dalam mengekspresikan identitas maskulin tanpa terjebak dalam kode-kode visual yang keras dan kaku. Misalnya, banyak pria kini yang memilih untuk tampil dengan gaya yang lebih santai, seperti menggunakan jaket kulit, celana jeans robek, atau sepatu kets, yang menciptakan kesan maskulin namun tetap nyaman dan mudah dikenali. (Ariestyani, K., & Ramadhanty, D. 2022).

Selain itu, sosial media berperan besar dalam mempercepat transformasi ini. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah menciptakan ruang bagi individu untuk mengekspresikan diri mereka tanpa dibatasi oleh norma-norma tradisional. Di sana, kita dapat melihat banyak konten yang menampilkan berbagai bentuk ekspresi maskulin yang beragam, dari pria yang mengenakan pakaian feminin namun tetap terlihat maskulin, hingga mereka yang memanfaatkan make-up dan gaya rambut yang lebih berani, seperti yang dilakukan oleh beberapa selebritas pria dalam industri mode. Hal ini mencerminkan adanya pergeseran dalam cara pandang masyarakat terhadap maskulinitas, yang semakin inklusif dan terbuka terhadap berbagai bentuk ekspresi diri. (Fauzi, E. P. 2021).

Fenomena ini didukung pula oleh perkembangan teori gender dan maskulinitas dalam kajian sosiologi dan psikologi, yang semakin mengakui bahwa maskulinitas tidak lagi dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang homogen. Dalam pandangan Hegemonic Masculinity yang dikemukakan oleh (Connell, 2005), maskulinitas tradisional dipahami sebagai norma dominan yang menindas bentuk-bentuk maskulinitas lainnya. Namun, di era modern ini, kita mulai melihat bahwa maskulinitas tidak lagi harus terwujud dalam bentuk dominasi atau kekuasaan, melainkan lebih kepada bentuk penyesuaian dengan diri sendiri yang lebih autentik dan bebas.

Perubahan dalam maskulinitas ini juga sangat terlihat dalam dunia industri mode. Banyak desainer dan merek fashion ternama yang kini menampilkan koleksi yang tidak hanya ditujukan untuk wanita, tetapi juga untuk pria dengan

berbagai ekspresi yang lebih lembut dan beragam. Misalnya, tren pakaian unisex dan inklusivitas dalam kampanye iklan merek-merek besar seperti Gucci dan Balenciaga menunjukkan bahwa batasan antara maskulin dan feminin semakin kabur. Hal ini berkontribusi pada penerimaan masyarakat yang lebih luas terhadap berbagai bentuk maskulinitas yang tidak terbatas pada pola pikir tradisional. (Chairil, Augustin Mustika. 2022) (Riskiy & Hapsari, 2022)

Tidak hanya itu, dalam dunia kerja dan politik, banyak pria yang menunjukkan bahwa maskulinitas Non-Hegemonik juga berhubungan dengan kemampuan untuk menunjukkan sisi empati dan kelembutan tanpa kehilangan ketegasan dalam kepemimpinan. Sebagai contoh, banyak pemimpin pria di dunia saat ini yang menampilkan gaya kepemimpinan yang lebih inklusif, dengan pendekatan yang lebih humanis dan berdedikasi untuk kesejahteraan orang lain. Hal ini mengindikasikan bahwa maskulinitas Non-Hegemonik tidak hanya terkait dengan penampilan fisik atau gaya hidup, tetapi juga dengan cara berpikir dan bertindak dalam kehidupan sosial.

Perubahan paradigma maskulinitas di era kontemporer tidak hanya hadir melalui media arus utama atau narasi akademik, tetapi juga berkembang pesat dalam platform media sosial seperti TikTok. TikTok menjadi ruang ekspresi yang masif bagi generasi muda, khususnya Gen Z, untuk menampilkan identitas mereka secara bebas dan tanpa batasan stereotip. Salah satu tren yang mencerminkan pergeseran bentuk maskulinitas tersebut adalah fenomena yang dikenal sebagai “Duduk Vincent.” Tren ini muncul dan viral di TikTok

Indonesia, di mana seorang pria duduk dalam posisi santai sambil menampilkan ekspresi atau gaya berpakaian yang terkesan cuek, cool, namun tetap menarik perhatian secara maskulin.

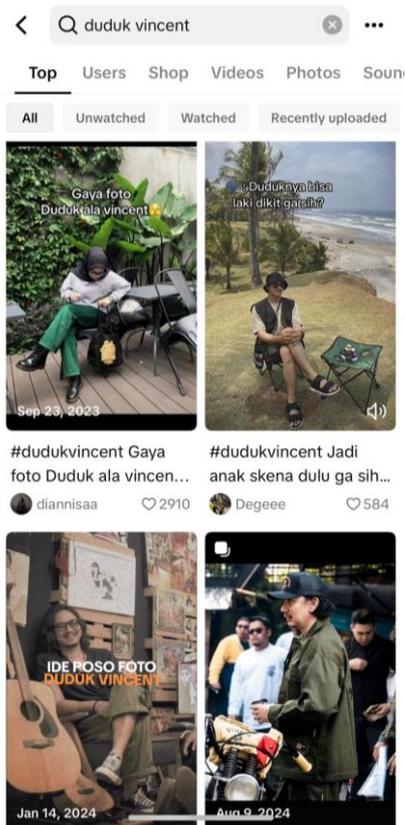
Tren “Duduk Vincent” pada dasarnya memperlihatkan bentuk representasi maskulinitas yang tidak mengedepankan otot atau atribut fisik yang kuat, melainkan menekankan pada sikap, gaya, dan aura yang terpancar dari gesture tubuh yang kasual. Dalam video-video yang mengikuti tren ini, banyak pengguna laki-laki yang tampil dengan pakaian sederhana, pose santai—biasanya duduk menyender atau memandang kamera tanpa ekspresi berlebihan—namun tetap memancarkan pesona maskulin. Ini menunjukkan bahwa maskulinitas Non-Hegemonik kini lebih banyak dibangun melalui narasi visual yang subtil, bukan melalui dominasi atau performa kekuatan fisik.

Menariknya, tren ini tidak muncul begitu saja, melainkan lahir dari konteks budaya populer dan interpretasi Gen Z terhadap maskulinitas. Dalam fenomena “Duduk Vincent,” terlihat bagaimana generasi muda menolak stereotip lama tentang pria yang harus selalu terlihat ‘jantan’ dalam pengertian konvensional. Sebaliknya, mereka lebih tertarik pada maskulinitas yang lebih emosional, personal, dan autentik. Hal ini sesuai dengan temuan dari *jurnal Reimagining Masculinity* oleh Brittany S. (2019), yang menyatakan bahwa pria masa kini semakin bebas mengekspresikan diri mereka secara estetis dan emosional, termasuk melalui media sosial.

Fenomena tren #DudukVincent di TikTok menjadi salah satu contoh nyata bagaimana media sosial membentuk dan memediasi representasi maskulinitas baru di era digital. Hingga pertengahan 2025, tagar ini telah mencapai lebih dari ribuan konten baru yang terus bermunculan setiap minggunya. Konten-konten dalam tren ini secara dominan menampilkan laki-laki yang duduk dengan postur santai, menyilang kaki, menyender, atau sekadar diam dan menatap kamera, menciptakan kesan rileks, tenang, dan tidak agresif. Menariknya, ekspresi visual ini banyak dikaitkan oleh warganet dengan kesan “lembut”, “tenang”, bahkan “seksi”, dan kemudian memicu diskursus sosial seputar makna maskulinitas dalam tubuh laki-laki masa kini.

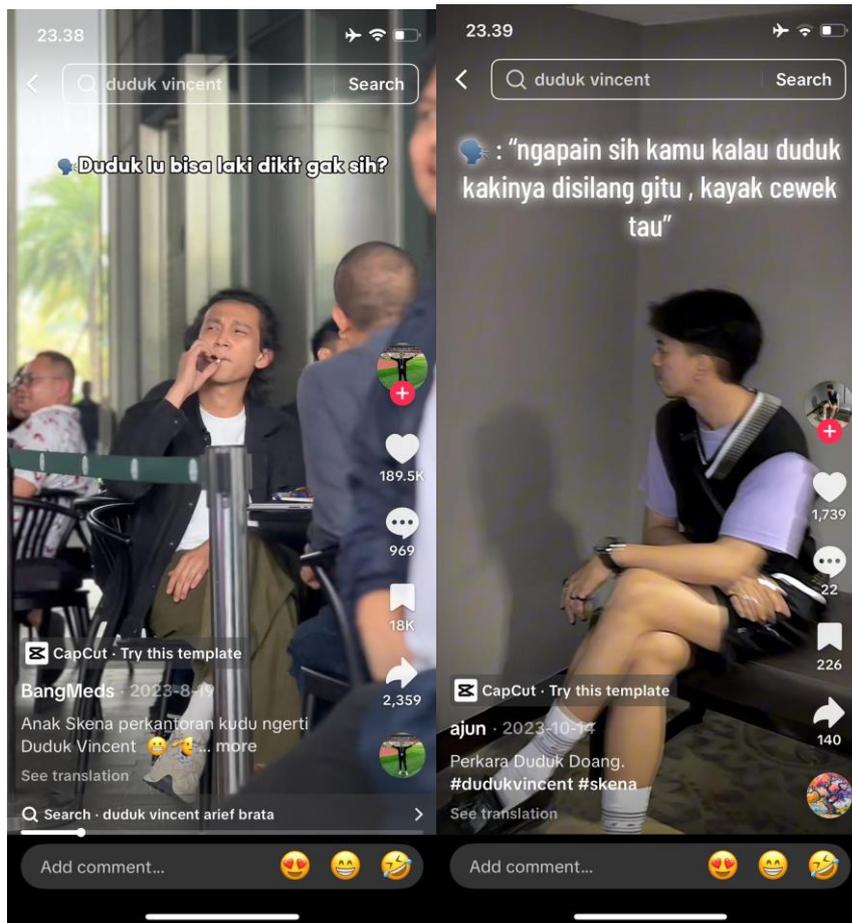


Gambar 1. 1. #DudukVincent di Tiktok



Gambar 1. 2. Search Duduk Vincent di Tiktok

Analisis melalui TikTik *Creative Center* menunjukkan bahwa tren ini banyak diadopsi oleh kalangan Gen Z, yaitu individu dengan rentang usia 18–24 tahun, yang secara psikososial tengah dalam fase eksplorasi identitas dan ekspresi diri. Dalam konteks ini, gaya duduk santai yang ditampilkan dalam tren ini dapat dibaca sebagai bentuk simbolik dari kenyamanan diri, resistensi terhadap tuntutan maskulinitas tradisional yang tegas dan kaku, serta wujud dari maskulinitas yang lebih inklusif dan emosional. Kecenderungan ini sejalan dengan nilai-nilai yang diasosiasikan dengan generasi Gen Z, seperti keterbukaan terhadap keberagaman, keberanian tampil otentik, serta lebih responsif terhadap perubahan nilai sosial.



Gambar 1. 3. Vidio Tren Duduk Vincent di Tiktok

Selain itu, tren ini juga menunjukkan bagaimana TikTok tidak hanya menjadi platform hiburan semata, melainkan juga ruang konstruksi makna dan negosiasi identitas. Penggunaan filter khusus, template video “Vincent-style”, dan pengulangan gaya visual yang khas, menunjukkan adanya proses encoding pesan tertentu dari kreator kepada penonton, yang kemudian ditafsirkan ulang secara beragam oleh audiens (decoding). Beberapa pengguna mengapresiasi tren ini sebagai bentuk maskulinitas baru yang lebih jujur dan ekspresif, sementara yang lain justru menganggapnya sebagai bentuk “kelembekan” atau

“gimmick semata”, yang jauh dari citra laki-laki ideal versi konvensional. Perbedaan penerimaan ini memperlihatkan bahwa representasi maskulinitas di media sosial bukanlah sesuatu yang statis, melainkan senantiasa terbuka terhadap interpretasi dan dipengaruhi oleh konteks budaya, pengalaman pribadi, dan nilai-nilai yang dipegang oleh masing-masing individu. (Hall, S. 1997)

Dengan demikian, tren #DudukVincent menjadi fenomena budaya populer yang relevan untuk dikaji secara akademis, terutama dalam kaitannya dengan bagaimana generasi muda—khususnya Gen Z di Indonesia—menafsirkan dan merespons bentuk-bentuk representasi maskulinitas non-Hegemonik yang muncul di ruang digital. Dalam konteks budaya digital, tren “Duduk Vincent” dapat dibaca sebagai performa maskulinitas kasual yang diterima luas karena keterjangkauannya. Tidak perlu akses terhadap sumber daya seperti gym, pakaian mahal, atau perawatan fisik ekstrem. Sebaliknya, yang ditonjolkan adalah sikap mental dan gaya ekspresi yang dapat diakses siapa saja. Dalam hal ini, maskulinitas tidak lagi menjadi bentuk eksklusivitas kelas atau status sosial, tetapi justru lebih inklusif dan dekat dengan keseharian masyarakat urban muda.

Salah satu aspek menarik dari tren ini adalah bagaimana ia menunjukkan keberanian Gen Z dalam mendefinisikan ulang identitas gender mereka. Banyak komentar dari netizen yang justru memuji pria dalam video tren “Duduk Vincent” karena dinilai “cool,” “gaada obat,” atau “aura cowoknya dapet banget.” Penilaian-penilaian ini tidak lagi berbasis pada ukuran tubuh

atau kesan macho, tetapi pada vibe dan aesthetic presence yang mereka tampilkan. Ini adalah bentuk apresiasi terhadap ekspresi maskulin yang lebih halus, penuh gaya, dan tidak mengintimidasi.



Gambar 1. 4. Komen Warganet pada Duduk Vincent di Tiktok

Dengan demikian, “Duduk Vincent” bukan sekadar tren lucu atau gaya duduk di TikTok, tetapi merupakan simbol perubahan mendalam dalam pemahaman masyarakat, khususnya Gen Z, terhadap maskulinitas. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana budaya populer dan media digital memainkan peran penting dalam membentuk konstruksi sosial yang lebih terbuka, reflektif, dan kontekstual terhadap perubahan zaman. Dalam kerangka itulah, penelitian ini berupaya untuk mengkaji fenomena “Duduk Vincent” sebagai bagian dari pembentukan maskulinitas Non-Hegemonik di era digital.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana penerimaan Gen Z terhadap maskulinitas Non-Hegemonik pada tren 'Duduk Vincent' di media sosial TikTok?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Untuk menganalisis bagaimana penerimaan Gen Z terhadap maskulinitas Non-Hegemonik yang ditampilkan melalui tren 'Duduk Vincent' di media sosial TikTok.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian media, budaya populer, dan representasi gender. Dengan menggabungkan pendekatan Teori Resepsi dan Teori Hegemonik, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana khalayak muda—dalam hal ini Gen Z—menafsirkan representasi maskulinitas dalam ruang digital. Penelitian ini juga menambahkan perspektif baru dalam studi tentang konstruksi identitas laki-laki melalui media sosial, dengan memperlihatkan bahwa persepsi audiens tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai dominan yang beredar dalam masyarakat.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku industri media, content creator, dan penggiat budaya digital untuk lebih memahami preferensi dan interpretasi Gen Z terhadap bentuk-bentuk maskulinitas yang

tampil di media sosial. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan kepada masyarakat umum, khususnya generasi muda, untuk lebih reflektif dan kritis dalam memaknai simbol-simbol gender di ruang digital. Selain itu, pendekatan berbasis wawancara mendalam memungkinkan hasil penelitian ini memberikan gambaran kontekstual yang lebih kaya dan mendalam, yang dapat digunakan dalam penyusunan kebijakan media, pendidikan literasi digital, maupun strategi komunikasi budaya populer yang lebih inklusif.