

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukan bahwa representasi maskulinitas dalam konten Instagram @kahfeveryday mencerminkan dinamika sosial dan budaya yang kompleks. Melalui pendekatan Circular of Culture, ditemukan bahwa kahf tidak hanya menampilkan *Hegemonic maskulinity* yang kuat dan dominan, tetapi juga memberi ruang bentuk complicit maskulinity, subordinat masculinity, dan marginalized masculinity. Penggunaan visual, narasi serta publik figur dari berbagai latar belakang memperlihatkan bahwa kahf menyusun citra modern yang tidak hanya menampilkan laki-laki sebagai individu yang kuat dan berdaya, tetapi juga sebagai sosok yang emosional, religius, dan terlibat secara sosial. Representasi ini bersifat progresif namun tetap terbingkai dalam standart sosial yang aman dan dapat diterima. Dengan demikian, Kahf berhasil memanfaatkan media sosial sebagai alat kontruksi identitas pria yang lebih fleksibel dan relevan dengan perkembangan norma sosial saat ini.

Meskipun terbuka terhadap keberagaman, representasi maskulinitas di akun ini masih memperlihatkan kecenderungan untuk menampilkan figur-figur yang relatif sukses, karismatik, dan memiliki modal sosial tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada pembukaan ruang terhadap bentuk maskulinitas yang lebih luas, representasi yang benar-benar inklusif terhadap kelompok pria yang termarjinalkan belum sepenuhnya terwujud. Strategi brand masih cenderung berorientasi pada pencitraan yang aspiratif dan ideal. Namun begitu, kehadiran figur pria yang lebih

reflektif, komunitas berbagi, serta penekanan pada self improvement menunjukkan adanya upaya ke arah narasi maskulinitas yang lebih santai. Keseluruhan representasi tersebut mencerminkan bagaimana industri produk pria mulai membentuk identitas baru yang sejalan dengan tuntutan zaman.

5.2. Saran

Penelitian ini menyarankan agar brand seperti Kahf terus mengembangkan narasi representasi maskulinitas yang lebih inklusif, dengan mengangkat suara dari kelompok pria yang selama ini tidak mendapat ruang dalam wacana publik, seperti pria dari kelas sosial bawah, atau yang memiliki ekspresi gender non konvensional. Hal ini penting untuk menciptakan ruang media yang lebih adil, seimbang, dan representatif bagi seluruh kalangan identitas pria. Selain itu, pemanfaatan fitur media sosial seperti live session, Q&A, atau konten interaktif lain dapat membuka dialog yang lebih partisipatif dengan audiens pria dari latar belakang beragam.

Dari sisi akademik, penelitian lanjutan dapat memperluas kajian ini ke platform digital lainnya seperti TikTok atau YouTube, atau membandingkan strategi brand lokal dan global dalam merepresentasikan maskulinitas. Kajian semacam ini penting untuk memetakan perbedaan pendekatan dalam produksi budaya maskulin yang dipengaruhi oleh konteks lokal dan global. Peneliti juga disarankan untuk mengikutsertakan perspektif audiens guna memahami bagaimana representasi maskulinitas ini diterima dan dimaknai oleh pengguna media. Dengan begitu, studi mengenai representasi maskulinitas dapat lebih komprehensif, kontekstual, dan berdampak pada pergeseran budaya secara lebih luas.