

INTERPRETASI PENGGEMAR MENGENAI *SKINSHIP* YANG DILAKUKAN *BOYBAND* K-POP

Oleh: Keumala Fauzan Andini (071115060) – AB
E-mail: kf.andini@gmail.com

ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah interpretasi penggemar mengenai *skinship* yang dilakukan *boyband* K-Pop. Penelitian ini menarik karena *boyband* K-Pop yang berasal dari Korea Selatan melakukan *skinship* atau sentuhan mulai dari berpegangan tangan hingga berciuman bibir dan hal seperti itu tidak biasa dilakukan di Indonesia, negara tempat tinggal penggemar dalam penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seperti apa interpretasi penggemar mengenai *skinship* yang dilakukan *boyband* K-Pop. Metode penelitian yang digunakan adalah *reception analysis* dengan pendekatan kualitatif dan tipe penelitian eksploratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan berada di posisinya masing-masing berdasarkan latar belakangnya, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Ditemukan suatu hal yang menarik bahwa informan perempuan berada pada posisi *dominant-hegemonic* dan *negotiated*, sedangkan informan laki-laki pada posisi *negotiated* dan *oppositional*.
Kata Kunci: *Reception Analysis*, *skinship*, Penggemar K-Pop

PENDAHULUAN



Gambar I.1. *Skinship*

Sumber: <http://elfinawonest.files.wordpress.com>

Penelitian ini berfokus pada interpretasi penggemar *boyband* K-Pop terhadap *skinship* yang dilakukan *boyband* K-Pop. Para *member* atau anggota *boyband* K-Pop sering melakukan *skinship* dengan teman dalam satu grupnya. *Skinship* adalah kata benda yang tidak dapat dihitung, artinya “membentuk ikatan melalui kontak fisik” (Sault, 1994, p.311). Ada bermacam-macam *skinship* yang

dilakukan *boyband* K-Pop dengan sesama anggotanya, contohnya saja bergandengan tangan, berangkulan, berpelukan, dan mencium pipi atau bibir. Melakukan *skinship* dengan sesama jenis adalah sesuatu yang biasa dalam budaya Korea Selatan, negara yang menjadi pusat dari *boyband* K-Pop.

Penelitian ini berfokus kepada interpretasi penggemar *boyband* K-Pop dengan metode *reception analysis*. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini sebab berdasarkan pengalaman peneliti sebagai penggemar *boyband* K-Pop selama 3 tahun, peneliti merasa janggal ketika melihat *skinship* berupa ciuman bibir yang dilakukan anggota *boyband* K-Pop. Peneliti menyadari banyak penggemar lain di Indonesia yang menyaksikan *skinship* tersebut. Padahal, *skinship* sesama jenis berupa ciuman bibir bukan hal yang biasa dilakukan di Indonesia. Karena adanya perbedaan budaya tersebut, maka menjadi menarik untuk melihat interpretasi dari penggemar *boyband* K-Pop.

Skinship sebenarnya bukan hal baru yang hanya dilakukan oleh *boyband* K-Pop. *Skinship* yang merupakan sentuhan menjadi bagian dari pesan nonverbal. Pesan nonverbal adalah “semua isyarat yang bukan kata-kata” (Mulyana, 2010, p.343). Isyarat nonverbal terikat oleh budaya, setiap negara memiliki tanda dan makna yang berbeda dalam isyarat nonverbal mereka. Sentuhan adalah perilaku nonverbal yang multimakna, bisa berupa tamparan, pukulan, tepukan, belaian, pelukan, dan sebagainya (Mulyana, 2010, p. 379).

Orang-orang Argentina di Amerika Selatan saling mengucapkan salam dengan berpelukan sekilas dan satu ciuman di pipi kanan, bahkan ketika bertemu orang yang baru dikenal. Sementara di Inggris seseorang bisa memberikan salam berupa ciuman di pipi hanya pada orang terdekat. Jika bertemu orang baru, cukup berjabat tangan saja (Strutner, 2014). Pada kehidupan sehari-hari, dua pria yang berjalan sambil berangkulan di New York akan dipandang dengan aneh. Sementara di Indonesia tidak jarang seorang lelaki merangkul bahu lelaki lainnya tanpa merasa khawatir dianggap homoseksual (Mulyana, 2010, p.381). Tidak jauh berbeda dengan di Indonesia, di Korea Selatan adalah hal biasa melihat dua laki-

laki atau dua perempuan saling bergandengan tangan. Hal itu adalah tanda persahabatan (Foran, 2013, p.70). Kebiasaan yang dilakukan oleh orang-orang di Korea Selatan ini kemudian juga dibawa oleh para anggota *boyband* K-Pop.

Keberadaan serta kepopuleran para anggota *boyband* K-Pop tidak lepas dari Fenomena *Hallyu* atau *Korean Wave* yang menerpa Indonesia sekitar tahun 2002, semenjak meledaknya drama berjudul *Endless Love* yang ditayangkan salah satu televisi swasta di Indonesia. (Paath, 2013, p.II-1). Musik pop Korea atau yang biasa disebut dengan K-Pop menjadi faktor kunci pertumbuhan popularitas *The Korean Wave* di manca negara (Pramono, 2012, p. 3). Salah satu bentuk yang paling umum dari K-Pop adalah paduan suara berulang-ulang dengan tarian grup yang disinkronisasi (Wahyudiya, 2012, p. 51).

K-Pop populer dengan para penyanyinya yang berada dalam sebuah agensi dan dibentuk menjadi sebuah grup. Para penyanyi disebut dengan istilah *idol* dan kelompok mereka disebut dengan *idol group*. *Idol group* ini umumnya beranggotakan satu jenis kelamin saja, laki-laki atau perempuan. Grup dengan anggota laki-laki disebut dengan *boyband*; contohnya Super Junior, TVXQ, 2PM, dan sebagainya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kata *boyband* K-Pop untuk mengacu pada kelompok idola yang dibentuk oleh agensi di Korea Selatan, menampilkan musik pop Korea (K-Pop), dan seluruh anggotanya berjenis kelamin laki-laki.

Penggemar dapat diartikan sebagai orang yang menggemari kesenian, permainan, dan sebagainya (*kbbi.web.id*). Penggemar juga didefinisikan sebagai “*term that refers to any set of extremely devoted followers of a media star or performer, performance, or text*” (Lewis, 1992, dalam McQuail, 1997, p.35-36). Penggemar juga merupakan bagian dari khalayak. Khalayak atau *audience* adalah “produk dari konteks sosial sekaligus respon terhadap pola tertentu yang ditetapkan oleh media” (McQuail, 1997, p.2). Penggemar dalam penelitian ini adalah penggemar *boyband* K-Pop, yaitu, mengikuti definisi dari Lewis, adalah *extremely devoted followers* dari sebuah *boyband* K-Pop.

Penggemar musik K-Pop di Indonesia jumlahnya mencapai ratusan ribu orang dan penggemar *boyband* K-Pop termasuk di dalamnya. Sejak tahun 2010, penggemar K-Pop di Indonesia mulai terlihat aktif dalam berbagai kegiatan-kegiatan sesama penggemar K-Pop, baik dalam forum media *online* atau membentuk komunitas fans grup Indonesia (Wahyudiya, 2012, p.59). Penggemar *boyband* K-Pop merupakan khalayak media yang aktif dalam menggunakan, menginterpretasikan dan menikmati produk media (Mohammad, 1990 dalam Sari, 2013, p.7). Saat menyaksikan *skinship* oleh *boyband* K-Pop, penggemar *boyband* K-Pop bisa jadi terlihat pasif dan hanya diam, namun pada kenyatannya banyak hal yang sedang berlangsung dalam pikiran mereka (Burton, 2008 dalam Sari, 2013, p.7).

Analisis resepsi digunakan untuk mendapatkan interpretasi penggemar. Analisis resepsi adalah “suatu posisi yang menganggap khalayak aktif, membawa nilai-nilai dan pengalamannya sendiri” (Fiske, 1990, p.278). Interpretasi ada dalam *decoding* yang dilakukan. Definisi dari *encoding* dan *decoding* adalah sebuah istilah yang luas untuk “produksi dan pembacaan segala jenis teks” (McQuail, 2005, p.551). Stuart Hall kemudian mengusulkan sebuah model yang terdiri dari tiga posisi pengkodean, yang pertama adalah *Dominant hegemonic position: preferred meaning*. Proses *encoding/decoding* dominan maksudnya khalayak menerima, mengakui, dan setuju dengan makna yang dikehendaki. Namun praktik ini jarang sekali ditemui dalam kehidupan sehari-hari.

Kedua adalah *Negotiated hegemonic position*: khalayak mengegosiasikan *encoding*, lalu terjadi proses penerimaan terhadap suatu pesan media massa, ada yang disukai, atau disetujui, namun ada pula yang tidak percaya. Terjadi pengakuan adanya legitimasi kode hegemonik secara abstrak namun membuat aturannya dan adaptasinya sendiri berdasarkan atas situasi tertentu. Praktek ini yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian yang ketiga, *Oppositional hegemonic position*: khalayak memahami pesan yang disukai dan dapat memutuskan untuk menolak *preferred meaning* atau bahkan dia bisa saja

memutuskan untuk menonton suatu acara yang tidak ada relevansi dengan dirinya (Hall, 1980, p.136, dalam Ida, 2011, p.113).

Penerimaan dari tiap individu berbeda-beda dari tiap tayangan dalam sebuah media, termasuk dalam pemaknaan dan penerimaan penggemar mengenai *skinship* yang dilakukan *boyband* K-Pop. Penerimaan ini bisa dilihat saat penggemar menonton tayangan yang memuat *skinship* serta proses negosiasi makna terhadap pesan dari tayangan tersebut yang mengarah kepada munculnya efek pada individu. Efek yang terjadi dapat dipengaruhi oleh pola pikir dan persepsi individu yang dibentuk oleh kondisi sosial budaya dan pengalaman masing-masing. Penelitian yang menggunakan analisis resepsi ini akan melihat bagaimana penggemar memproduksi makna yang mana makna tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk status sosial ekonomi dari penggemar yang diteliti. Nantinya ketiga posisi pengkodean oleh Stuart Hall yang sudah dijelaskan di atas akan diterapkan dalam menganalisis posisi penggemar dalam memahami *skinship* yang dilakukan *boyband* K-Pop.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seperti apa interpretasi penggemar mengenai *skinship* yang dilakukan *boyband* K-Pop. Tinjauan pustaka yang digunakan adalah media dan penggemar *boyband* K-Pop, *skinship* yang dilakukan *boyband* K-Pop dan komunikasi nonverbal, *skinship* yang dilakukan *boyband* K-Pop, maskulinitas, dan seksualitas, *skinship* dalam bisnis *boyband* K-Pop, *cultural studies* dan *reception analysis*. Metode penelitian yang digunakan adalah *reception analysis* dengan pendekatan kualitatif, dan tipe penelitian eksploratif. Peneliti mengumpulkan data melalui FGD (*focus group discussion*) kepada 8 orang penggemar *boyband* K-Pop di Surabaya dengan usia 17-25 tahun, sudah menjadi penggemar lebih dari satu tahun dan setiap harinya mengonsumsi foto dan video *boyband* K-Pop.

PEMBAHASAN

Setelah FGD dilaksanakan, peneliti menuliskan transkrip hasil diskusi. Dari hasil transkrip dan catatan peneliti selama diskusi berlangsung serta didukung dengan rekaman audio visual, ditemukan persamaan dan perbedaan pendapat antara informan satu dengan yang lain. Berikut adalah penjelasan mengenai interpretasi penggemar sesuai dengan topik-topik yang diangkat saat diskusi.

Pandangan Penggemar K-Pop tentang *Skinship*

Skinship pertama kali dikenal oleh penggemar melalui media yang mereka konsumsi berupa tulisan yang ada di foto dan *subtitle* di video. Selain itu ada penggemar yang selama ini melihat *skinship* tetapi tidak mengetahui bahwa tindakan itu disebut dengan *skinship*. Penggemar mengartikan *skinship* sebagai murni sentuhan dan ada pula yang langsung mengaitkannya dengan *fan service*. Penggemar yang sangat peduli akan *personality* idolanya rajin menonton video *variety show* dan memperhatikan setiap detail tingkah laku dan tulisan-tulisan dalam video, termasuk tulisan *skinship*. Penggemar tersebut berada pada posisi *dominant hegemonic* karena memahami *skinship* sama dengan yang ditampilkan media.

Sedangkan penggemar yang tidak memperhatikan detail saat menonton *variety show* juga tidak mengetahui adanya tulisan *skinship*. Proses *encode* tersebut menempatkan penggemar sebagai *oppositional*. Penggemar yang *oppositional* juga menyadari bahwa *skinship* bukan sekadar sentuhan tetapi merupakan *fan service*, atau tindakan yang sengaja dilakukan untuk membuat penonton senang.

***Fantasies of Brotherhood* bagi Penggemar *Boyband* K-Pop**

Fantasies of brotherhood dan *ideal community* yang ditampilkan *boyband* K-Pop melalui *skinship* dipahami sebagaimana adanya oleh penggemar-penggemar perempuan. Penggemar perempuan menempati *dominant hegemonic position* karena menurut mereka *skinship* diperlukan untuk menunjukkan kedekatan dan persaudaraan sesama anggota *boyband* K-Pop. Sedangkan

penggemar laki-laki menempati *negotiated position* karena tidak menyukai dan tidak mengonsumsi *fantasies of brotherhood* dalam *skinship boyband* K-Pop.

Suka Tidak Suka, *Skinship* is K-Pop

Penggemar menyadari *skinship* sebagai hal yang sudah menjadi budaya bahkan menjadi sesuatu yang dijual dalam K-Pop, sehingga suka tidak suka mereka tidak bisa menghindari *skinship*. Penggemar menempati *negotiated position* karena tidak sepenuhnya menerima *skinship* yang ditampilkan media, tetapi tidak dapat menolak dan menghilangkan keberadaan *skinship* tersebut.

***Skinship* Ditutup-tutupi Itu Mencurigakan**

Banyaknya *skinship* yang ditampilkan *boyband* K-Pop mulai dari berpegangan tangan hingga berciuman bibir tidak membuat penggemar memahaminya semata-mata sebagai perilaku seksual. Penggemar menyadari tidak semua realitas *skinship* yang ditampilkan media adalah benar adanya, melainkan sebuah konstruksi dan memiliki tujuan tertentu. Penggemar tidak dapat memastikan secara tegas apakah *skinship* merupakan bagian dari seksualitas *boyband* K-Pop atau tidak. Hal tersebut menempatkan penggemar pada posisi *negotiated*. Kemudian penggemar juga menyatakan bahwa mereka akan curiga ketika *skinship* yang biasanya menjadi sorotan malah disembunyikan oleh *boyband* K-Pop. Saat itu penggemar mencurigai bahwa *skinship* tersebut adalah perilaku seksual.

Penggemar *Boyband* K-Pop dan Toleransi pada *Skinship* Idolanya

Penggemar memiliki batas toleransi berbeda mengenai *skinship* apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan *boyband* K-Pop. Penggemar yang dibesarkan dalam keluarga beragama menempati *negotiated position* karena tidak semua *skinship* bisa diterima. Contohnya, *skinship* berupa ciuman bibir adalah *skinship* yang berlebihan dan kurang pantas dilakukan. Penggemar lain yang menempati *negotiated* adalah mensyaratkan adanya tujuan dalam melakukan *skinship*. Selama ada tujuan untuk menyenangkan penggemar, *skinship* seperti apapun tidak masalah. Sedangkan penggemar yang memiliki keluarga

berpandangan terbuka mengenai homoseksualitas serta memiliki teman gay dan lesbian menempati *dominant hegemonic position*. Penggemar tersebut membebaskan *boyband* K-Pop untuk melakukan *skinship* seperti apapun juga.

Nggak Pa-pa Kalau Emang Homo, Aku Tetep Suka, Kok!

Pada awalnya sebelum menjadi penggemar *boyband* K-Pop dan melihat *skinship*, informan belum memiliki kepekaan mengenai interaksi sesama jenis dan homoseksualitas yang terjadi di sekitar mereka. Tetapi setelah menjadi penggemar *boyband* K-Pop, informan menjadi lebih peka dan mengetahui isu-isu homoseksualitas dan interaksi sesama jenis di sekitar mereka. Penggemar menempati *dominant hegemonic position* karena tidak peduli jika *skinship* memang perilaku seksual dari *boyband* K-Pop, mereka akan tetap menjadi penggemar *boyband* tersebut. Penggemar menerima keadaan idolanya seperti apapun juga karena rasa kegemaran yang tinggi.

Skinship Boyband K-Pop dan Maskulinitas Mereka

Penggemar kembali menempati posisi *dominant hegemonic* karena *skinship* dan penampilan fisik *boyband* K-Pop membuat penggemar memahami perbedaan maskulinitas Korea Selatan dengan Indonesia. Karena itu pula penggemar juga menyatakan meski di budaya Indonesia perempuan yang lebih sering untuk menyentuh sesama jenisnya tidak membuat penggemar menganggap *boyband* K-Pop yang melakukan *skinship* sesama jenis adalah kurang maskulin.

Pandangan Penggemar *Boyband* K-Pop pada Interaksi Sesama Jenis Setelah Mengenal *Skinship*

Boyband K-Pop telah mempengaruhi *frame of reference* dan *field of experience* penggemarnya. Penggemar yang awalnya tidak tahu mengenai homoseksualitas kemudian menjadi peka karena melihat *skinship* yang dilakukan *boyband* K-Pop. Mereka juga menjadi lebih toleran dan memaklumi jika ada yang melakukan interaksi sesama jenis di sekitar mereka; baik itu hanya sebagai teman maupun pasangan homoseksual.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan analisis data, kesimpulan yang dapat diambil dapat diuraikan sebagai berikut, istilah *skinship* pertama kali dikenal oleh penggemar boyband K-Pop melalui foto, video, atau *subtitle* yang ada di video. Penggemar yang memahami *skinship* sebagaimana adanya seperti yang ditunjukkan oleh foto, video, dan *subtitle* berada pada posisi *dominant-hegemonic*. *Fantasies of brotherhood* dan *ideal community* yang ditampilkan boyband K-Pop melalui *skinship* diterima oleh penggemar perempuan dalam posisi *dominant-hegemonic* hingga *negotiated position* karena mereka menyukainya. Sementara itu penggemar laki-laki berada pada posisi *negotiated* dan *oppositional* karena tidak menyukai sesama laki-laki yang melakukan *skinship* dan lebih suka jika dilakukan idola perempuan.

Penggemar menyadari *skinship* sebagai budaya bahkan sebagai sesuatu yang dijual dalam K-Pop. Penggemar berada pada posisi *negotiated* dan *oppositional* terhadap *skinship* yang dimaksudkan oleh bisnis idola untuk menunjukkan persaudaraan. Penggemar *negotiated* karena selain menerima *skinship* sebagai bentuk persaudaraan tetapi juga *fan service*. Penggemar yang *oppositional* langsung melihat *skinship* sebagai *fan service* yang sengaja dilakukan untuk membuat penggemar senang dan heboh. Berbagai macam *skinship* yang ditampilkan oleh boyband K-Pop mulai dari berpegangan tangan hingga berciuman tidak langsung membuat penggemar memahaminya sebagai perilaku seksual. Penggemar berada pada posisi *negotiated*, yaitu menganggap *skinship* bisa jadi sebagai perilaku seksual ketika ditutup-tutupi.

Penggemar juga memiliki batas toleransi yang berbeda terhadap perilaku *skinship* yang dilakukan boyband K-Pop. Penggemar yang dibesarkan dalam keluarga dengan nilai-nilai agama memiliki batas mengenai *skinship* apa saja yang mereka terima untuk dilakukan boyband K-Pop. Penggemar yang hidup dalam lingkungan keluarga dan teman yang terbuka pada homoseksualitas membebaskan

anggota *boyband* K-Pop untuk melakukan *skinship* seperti apapun juga. Penggemar juga memahami perbedaan maskulinitas Korea Selatan dengan Indonesia sehingga menurut mereka melakukan *skinship* tidak mempengaruhi maskulinitas *boyband* K-Pop. Terakhir, *frame of reference* dan *field of experience* penggemar saat sebelum dan setelah melihat *skinship* mengalami perubahan. Sebelum melihat *skinship* penggemar tidak mengetahui tentang homoseksualitas, sedangkan setelah mengenal *skinship* penggemar memaklumi homoseksualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Foran, Racquel. 2013, South Korea, ABDO Publishing Company, Minneapolis.
- Ida, R. 2011, *Metode Penelitian Kajian Media dan Budaya*, Surabaya, Airlangga University Press.
- Korean Culture and Information Service. 2011, *Contemporary Korea 1 The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*, Korean Culture and Information Service, Seoul.
- McQuail, D. 1997, *Audience Analysis*, SAGE, London.
- McQuail, D. 2005, *Mass Communication Theory*. 5th ed, Routledge, London.
- Mulyana, Deddy. 2010, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Rosda, Bandung.
- Paath, M. 2013, Makna Kpop di Kalangan Remaja Surabaya, Universitas Airlangga, Surabaya. Tidak diterbitkan.
- Pramono, T. 2012, Fenomena "The Korean Wave" Konsep Citra Tubuh dalam Film "200 Pounds Beauty" dan dalam Teologi Injili, Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta. Tidak diterbitkan.
- Sari, NR. 2013, Interpretasi Khalayak Pria terhadap Sosok Perempuan dalam Tayangan Mata Lelaki, Universitas Diponegoro, Semarang. Tidak diterbitkan.
- Sault, N.L. 1994, *Many mirrors: Body Image and Social Relations*, Rutgers University Press, New Jersey.
- Strutner, Suzy. 2014, 'How To Non-Awkwardly Greet People From Different Countries', The Huffington Post, [Online], diakses 16 Januari 2015, Tersedia di: http://www.huffingtonpost.com/2014/08/12/how-to-greet-people-in-ev_n_5658361.html
- Wahyudiya, Ayu Riska. 2012, Pengaruh Soft Diplomacy dalam Membangun Citra Korea Selatan di Indonesia, Universitas Hasanuddin, Makassar. Tidak diterbitkan.