

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Gambaran Maskulinitas dalam Majalah K-pop Terbitan Indonesia. Sejak tahun 2006, terdapat peningkatan jumlah budaya populer Korea (termasuk drama televisi, film, lagu-lagu) di Indonesia yang disebut dengan *Korean Wave* atau Hallyu dalam bahasa korea. Fenomena tersebut tidak lepas dari peran media sebagai penyalur informasi. Media massa seperti televisi, radio, dan media cetak (koran, majalah, tabloid) serta *new media* seperti internet berperan besar dalam penyebaran *korean wave* sebagai budaya populer saat ini. Terutama media cetak yang menghadirkan konten korea, terutama majalah, mengalami perubahan yang cukup signifikan karena banyak dikonsumsi oleh penggemar k-pop. Menggunakan rumusan masalah yaitu bagaimana maskulinitas digambarkan dalam majalah k-pop terbitan Indonesia, melihat maskulinitas yang ditampilkan dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia melalui majalah-majalah tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis tekstual dengan teori semiotik Roland Barthes. Sebanyak delapan gambar dari empat majalah k-pop terbitan Indonesia dianalisis dalam penelitian ini dengan menggunakan teori milik Moon dan Jung mengenai maskulinitas dalam masyarakat Korea Selatan serta maskulinitas metroseksual Holliwood. Analisis data dibagi menjadi dua bagian yaitu analisis *fashion* dan analisis *gesture*. Melalui analisis data tersebut diketahui bahwa maskulinitas yang digambarkan di majalah k-pop terbitan Indonesia ini merupakan bentuk maskulinitas baru seperti *soft masculinity* dan maskulinitas hibriditas, yaitu maskulinitas campuran antara *soft masculinity* yang menggambarkan laki-laki modern yang melakukan kegiatan domestik perempuan, dan maskulinitas tradisional yang menggambarkan laki-laki bersifat patriarki.

Kata kunci: majalah K-Pop, maskulinitas, laki-laki, studi media.