

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Representasi adalah sebuah penggambaran yang dapat didefinisikan sebagai tanda (gambar, bunyi dan lain lain). Untuk mengaitkan, memberikan visual, mengambil, atau mereproduksi sesuatu yang dapat dirasakan oleh indra manusia dalam bentuk fisik tertentu. Representasi dapat memiliki wujud tulisan, gambar, alur cerita yang memberikan gambaran ide, emosi maupun fakta yang ada pada suatu media. Sesuatu yang telah diproduksi akan menghasilkan sebuah makna. Makna tersebut diutarakan oleh pemberi makna melalui bahasa. Dapat diartikan bahwa bahasa adalah alat untuk menyampaikan sesuatu yang dinilai bermakna untuk disebarluaskan ke orang lain. Representasi menjadi suatu bagian penting, karena diproduksi dan dipertanyakan antara anggota dalam suatu budaya. Representasi dapat dilihat melalui tiga pendekatan; Pendekatan reflektif, pendekatan intensional, pendekatan konstruksionis(Satria, 2022).

Representasi menurut stuart hall memiliki dua pengertian, representasi mental dan representasi bahasa. Pada representasi mental lebih menggambarkan konsep sesuatu yang ada pada pemikiran suatu individu, atau biasa disebut juga peta konseptual. Sedangkan, representasi bahasa berperan penting dalam membangun makna. Secara lebih jelasnya penggambaran yang ada pada pemikiran individu, harus diterjemahkan dalam bahasa yang sesuai, sehingga kita bisa mengaitkan konsep dan pemikiran kita mengenai suara, gambar atau visual dengan penulisan menggunakan bahasa tertentu. Suara, gambar dan tulisan adalah sebuah tanda atau simbol.

Sebagai manusia diharapkan untuk mewakili, dan bertukar pemikiran. Kedua hal tersebut bisa terlaksana apabila menggunakan bahasa yang sama dan sesuai. Maka dari itu, bahasa sebagai representasi kedua yang terlibat dalam keseluruhan proses penafsiran pembangunan makna. Menurut Graeme Burton secara lebih luas adalah penggambaran kelompok- kelompok dan institusi sosial.

Representasi erat kaitannya dengan stereotip. Penggambaran bukan hanya mengenai visualisasi dan deskriptif saja. Melainkan juga mengenai makna yang ada pada suatu penggambaran secara visual.

Representasi menegaskan bahwa sesuatu pemikiran memiliki makna, dan sesuatu yang ditampilkan pada media memiliki makna dan ideologi tertentu. Media tidak benar benar netral dalam menyampaikan sebuah konsep pemikiran. Media bukan hanya menyajikan realitas tetapi juga memilih dan menyusun dan mempertegas aspek aspek tertentu untuk menjelaskan atau membentuk pemahaman khalayak. Dalam aspek ini, representasi memiliki fungsi untuk memahami berbagai identitas, peran dan nilai tertentu dikaitkan dengan individu maupun kelompok sosial. Salah satu identitas yang banyak dikonstruksikan di media adalah maskulinitas. Untuk melihat bagaimana konstruksi laki laki ideal dibangun oleh masyarakat. Kita perlu untuk melihatnya sebagai hasil representasi yang diproduksi, dipertanyakan, dan dikonsumsi dalam ruang media sosial.

Maskulinitas berasal dari bahasa perancis masculinine dan merupakan kata sifat yang memiliki yang berarti kepriaan. Maskulinitas melambangkan kejantanan, ketangkasan, keperkasaan, keberanian dalam mengambil tanggung jawab, menentang bahaya, keuletan, keteguhan hati, keringat yang menetes, tubuh berotot yang secara tidak langsung menggambarkan kelebihan dan ciri khas dari seorang pria. Maskulinitas hadir sebagai bentuk dari konstruksi yang sudah dibangun oleh masyarakat. Maskulinitas sengaja dibentuk dan dibangun oleh masyarakat melalui interaksi yang melibatkan berbagai ideologi yang berkembang di masyarakat.

Maskulinitas dan gender pada laki laki awalnya diimajinasikan dalam dua bentuk yaitu maskulinitas konservatif dan maskulinitas modern. Pada maskulinitas konservatif, laki-laki digambarkan sebagai seseorang yang memiliki kekuatan, memiliki jiwa petarung dan pemenang. Berbeda dengan maskulinitas modern, pada maskulinitas modern lebih menggambarkan laki-laki maskulin sebagai laki laki yang sering bergaul, suka mengambil resiko, minum minuman keras, dan merendahkan wanita atau yang biasa disebut the new man (Deviana Lasmini, 2017).

Laki laki digambarkan sebagai sosok pemimpin untuk dirinya sendiri, untuk keluarga. Dalam arti yang lebih jelas laki laki harus bertanggung jawab atas kehidupan dalam keluarganya. Dalam konteks maskulinitas, seseorang dapat menunjukkan identitas apabila seseorang tersebut melakukan aksi atau tindakan yang sesuai. Sehingga seorang laki laki dianggap memiliki sifat maskulinitas dan ideal apabila ia bisa menempati peran dan mengambil keputusan. Maskulinitas pada laki laki digambarkan dengan sikap untuk mementingkan banyak orang dan tidak hanya memikirkan kepentingannya sendiri serta bisa memiliki sikap teguh pendirian. Maskulinitas pada seorang laki-laki juga dilihat berdasarkan kegagahan, kegagahan yang dimaksud bukan hanya secara visual yang ditampilkan saja melainkan dari segi mental yang juga mempengaruhi. Dalam artian ini laki laki harus memiliki kekuatan yang memadai terkait regulasi emosi, harus selalu terlihat kuat dan tidak boleh menunjukkan kelemahan. Kegagahan identic dengan yang namanya tubuh berotot, kerentanan dan emosi dibawah penampilan gagah dari seorang laki-laki. Maskulinitas sosok laki laki juga dilihat dari harga diri, laki laki maskulin akan memperhatikan harga diri pribadi maupun harga diri yang bersangkutan dengan keluarga mereka.(Rifai et al., 2022). Laki-laki memiliki beberapa ciri maskulinitas, yaitu fisik, fungsional, seksual, emosional, intelektual, interpersonal, dan karakteristik pribadi (Chafetz, 1974). Pada pandangan umum dan streotip yang dibentuk oleh budaya dan masyarakat. gender lebih mengarah kepada maskulinitas dan feminitas. Maskulinitas seorang laki laki akan diakui ketika seorang laki laki lebih kuat secara fisik, lebih berani dan keras. Sedangkan feminitas lebih digambarkan kepada Perempuan yang memiliki perilaku anggun dan lemah lembut.

J. MacInnes dalam beynoon, (2002) berpendapat bahwa maskulinitas pertama kali muncul sebagai fantasi dan imaji mengenai seperti apakah sosok laki laki ideal(Isfiana Nursari et al., 2025)Untuk sekedar mendapatkan validasi dan keinginan dari masyarakat. Mulai dari hal tersebut maskulinitas seorang laki laki sudah melekat bahkan ketika mereka baru terlahir di dunia. Saat kelahiran bayi sudah mendapat Batasan Batasan terkait jenis kelamin, memperoleh hak tertentu, serta orang tua yang menggantungkan harapan kepadanya hingga ia dewasa.

Darwin (1999) menjelaskan bahwa laki laki yang memiliki perilaku identic dengan sifat maskulin maka disebut dengan laki laki maskulin. Sedangkan untuk laki laki yang memiliki perilaku diatas rata-rata kemaskulinan, maka disebut laki laki super maskulin(Lestari & Sugiarti, 2022)

Maskulinitas lahir dari budaya yang dikonsumsi terus menerus. Maka dari itu hal ini bisa dikatakan sebagai maskulinitas hegemonik. Maskulinitas hegemonik merupakan media budaya maupun ajaran dalam suatu kelompok dominan untuk terus mengekalkan dominasinya. Hegemoni mengaktualisasikan dua cara yaitu dominasi dan kepemimpinan. Secara budaya hegemoni bekerja melalui Lembaga masyarakat sipil yang berorientasi pada kapitalis liberal. Lembaga ini bisa berbentuk keluarga, Pendidikan, tempat peribadatan, media massa, maupun social media. Penciptaan maskulinitas hegemonik banyak ditampilkan salah satunya di Instagram (Prasetyo, 2022). Berkaitan dengan streotype tersebut dikhawatirkan akan terjadi diskriminasi gender. Diskriminasi gender adalah sebuah bentuk ketidakadilan yang disebabkan oleh system dan struktur social bagi laki laki yang menjadi korban dari system tersebut. Maskulinitas hegemonik digambarkan dengan struktur, posisi dan dominasi lebih tinggi dibandingkan yang lain. Hal tersebut bukan lagi sesuatu yang mengherankan, karena manusia awam kurang memahami dan lebih focus bahwa figure maskulinitas yang ada pada laki laki lebih memiliki pengaruh. Masyarakat yang tanpa sadar menjunjung Maskulinitas berpikir dan beranggapan bahwasanya laki-laki memiliki privilege dan hak-hak istimewa. (Lestari & Sugiarti, 2022). Saat ini banyak sekali berita mengenai adanya isu maskulinitas yang ada di Indonesia. Maskulinitas menciptakan pandangan dan konstruksi laki-laki tampil kuat dan tidak bergantung pada orang lain. Hal itu membuat laki – laki kesulitan untuk mengungkapkan perasaannya dan enggan bercerita bukan karena ketidakinginan mereka, melainkan karena adanya konstruksi yang sudah ada di masyarakat. Akhirnya laki-laki lebih memilih untuk memendam dan menumpuk masalahnya sendiri. Berdasarkan laporan dari Kementerian Kesehatan, maskulinitas yang memaksa laki-laki, memperbesar risiko perilaku bunuh diri karena mendorong laki-laki menyimpan masalah mereka sendiri karena keterbatasan mereka. Ketika seorang laki laki diliputi masalah apabila control

dalam diri tersebut juga lemah, pastinya akan dapat diperburuk oleh berbagai macam situasi seperti halnya penyalahgunaan narkoba ataupun bunuh diri (Anggoro, 2024)

Dalam beberapa peristiwa tersebut, mengakibatkan isu maskulinitas banyak dibicarakan, salah satunya melalui media sosial. Salah satu media sosial yang ada saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu platform media sosial berbasis visual yang artinya lebih mengarah kepada video maupun foto. Instagram diluncurkan pada tahun 2010, kini Instagram sudah berada pada naungan Meta (Facebook). Instagram menjadi media sosial populer di kalangan anak muda dan masyarakat urban. Di dalam Instagram memiliki berbagai macam fitur seperti feed, stories, reels, caption, hashtag, dan kolom komentar. Instagram bukan hanya bisa memungkinkan untuk mengabadikan moment, tetapi juga bisa membranding sebuah identitas, memproduksi berita, dan memengaruhi publik untuk berdiskusi satu sama lain. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan informasi. Melainkan, juga bisa sebagai ruang representasi. Representasi disini dijelaskan bagaimana konstruksi sosial di munculkan berbentuk identitas, peran sosial, nilai budaya yang ditampilkan melalui media.

Instagram memiliki kekuatan untuk membentuk sebuah pandangan tertentu, termasuk pandangan mengenai gender. Dalam banyak kasus media banyak memproduksi wacana, informasi maupun tayangan yang membicarakan isu gender laki-laki ideal. Laki-laki ideal direpresentasikan dengan laki-laki maskulin. Dimana seorang laki-laki memiliki tubuh berotot, tegas, kaya, pemimpin dan pencari nafkah. Namun perkembangan media sosial, membawa manusia untuk menjelajahi dinamika baru, Dimana narasi dan wacana maskulinitas dapat direproduksi sekaligus bisa menjadi perdebatan antara berbagai pihak. Instagram sebagai salah satu media sosial yang berorientasi pada visual (video dan foto) bisa menjadi ruang representasi yang strategis bagi pembentukan identitas laki-laki.

Berdasarkan data yang diambil pada website datareportal per Januari 2025 terdapat 143 juta identitas pengguna media sosial aktif di Indonesia. Yang berarti jumlah tersebut adalah 50,2 persen dari total penduduk di Indonesia. Instagram

adalah salah satu platform media sosial di dunia. Instagram memiliki 1,74 miliar pengguna di seluruh dunia pada Januari 2025 (Kemp, 2025). Dalam konteks lebih jelasnya iklan pada Instagram menjangkau 31,3 persen pengguna internet di dunia. Instagram juga memiliki angka jangkauan audiens yang terus meningkat sebesar 5,5 persen pada tahun 2025. Dalam sepuluh wilayah teratas pun Indonesia berada pada nomor empat pengguna Instagram terbanyak di dunia. Dimana India pada peringkat 1 dengan 414 juta pengguna sedangkan Indonesia pada peringkat 4 dengan 103 juta pengguna aktif (Pengguna Instagram, Statistik, Data, Tren, Dan Lainnya — DataReportal – Wawasan Digital Global, 2025). Demografi Instagram, data yang dilaporkan dalam alat perencanaan meta pada bulan Januari 2025 menunjukkan bahwa pengguna Instagram yang berjenis kelamin Perempuan senilai 47,3 persen dan laki-laki senilai 52,7 persen. Dalam analisis yang dilakukan oleh DataReportal bahwa pengguna aktif Instagram, rata-rata berada pada usia 25-34 tahun.

Penelitian dari GWI menemukan bahwa Instagram berada pada peringkat 3 platform media sosial yang paling banyak digunakan di dunia. Peringkat 1 yaitu Facebook dan peringkat 2 adalah YouTube dan peringkat 3 adalah Instagram. Instagram juga mengklaim bahwasanya memiliki 3 miliar pengguna aktif bulanan. Data yang diambil dari GWI mengatakan bahwa Instagram adalah platform media sosial favorit yang menduduki peringkat 2 setelah WhatsApp. Penelitian dari GWI menemukan bahwa generasi muda cenderung mengatakan bahwa Instagram adalah platform media sosial favorite, sedangkan generasi yang lebih tua lebih menyukai platform Facebook. Instagram dikenal dengan fungsinya untuk menerbitkan konten secara mandiri melalui video pendek dan tulisan sedangkan platform lain seperti halnya Facebook lebih mengarah kepada berkirim pesan dengan teman dan keluarga. Sementara pada platform media sosial TikTok lebih berfokus pada pencarian video lucu dan menghibur (*Global Social Media Statistics — DataReportal – Global Digital Insights*, 2025).

Berdasarkan data yang diambil dari website *weltwater*. Di Indonesia sendiri ada beberapa faktor sebagai pendorong utama penggunaan media sosial. Diantaranya media sosial digunakan untuk bersantai dalam artian ini media sosial

memiliki fungsi sebagai hiburan pengguna media sosial 58,9%. Selain hal tersebut media sosial digunakan untuk saling terkoneksi satu sama lain baik itu dengan teman ataupun keluarga senilai 57,1%, sosial media digunakan karena sosial media dapat menghadirkan informasi yang sedang diperbincangkan saat ini 48,8%. Platform media sosial teratas di Indonesia adalah whatsapp dengan 90,9%, diposisi kedua ada instagram dengan 85,3%, posisi ketiga ada facebook dengan total pengguna 81,6%. Platform media sosial tersebut dianggap memenuhi kriteria dan kebutuhan masyarakat Indonesia yaitu sebagai media hiburan, dapat terkoneksi satu sama lain dan pemberi informasi. Masyarakat Indonesia menggunakan media sosial untuk ketiga hal tersebut. (Kemp, 2025)

Instagram adalah platform media sosial yang memiliki berbagai macam fitur serta dapat merangkum ketiga kebutuhan masyarakat Indonesia terkait sosial media. Instagram merupakan salah satu platform media sosial di Indonesia yang memiliki peningkatan yang signifikan dalam jangkauan iklan. Selain itu instagram menjadi platform ideal untuk Upaya periklanan di Indonesia dikarenakan popularitas instagram yang terus meningkat secara signifikan dan kemampuannya untuk menarik serta melibatkan audiens yang besar dan aktif.

Di dalam kasus tersebut, ada sebuah akun @gerakanpria yang mana pada akun tersebut secara konsisten membahas mengenai peran gender. Pada akun tersebut juga secara konsisten menolak branding maskulinitas menurut standart sosial media. Akun ini memiliki jumlah followers 234 ribu dan memiliki 86 postingan. Postingan tersebut telah ditonton sekitar 5 juta kali dan memiliki ribuan komentar di setiap postingannya. Akun @Gerakanpria memberikan wacana dan narasi yang dikonsumsi oleh public dan menjadi bahan perbincangan sehingga membuka ruang diskusi baru bagi pengguna Instagram.

@Gerakanpria adalah sebuah akun instagram yang banyak mengunggah banyak postingan. Postingan postingan pada akun tersebut memiliki jenis opini maupun narasi sosial. Dalam detail akun tersebut banyak mengupload konten beberapa Reels, meme video pendek disertai caption provokatif untuk mengajak pengguna media sosial untuk berinteraksi dan bertukar pandangan. Akun tersebut

berfokus pada audiens laki-laki, terutama pengguna media sosial aktif instagram di Indonesia. Karena sering membahas isu mengenai hal yang dekat dengan gender maka, tidak dapat dipungkiri akan banyak bersinggungan dengan pandangan perempuan terhadap konstruksi yang dibangun oleh @gerakanpria. Apabila dilihat dari postingan akun tersebut. Akun ini lebih mengarah untuk menyurakan kritik terhadap sosial media yang dianggap banyak memberikan kerugian atau menekan laki-laki agar sesuai dengan standart maskulinitas yang ada di media. bukan hanya itu saja, akun ini juga dipergunakan untuk tempat bertukar pandangan, pemikiran dan narasi alternatif dari sudut pandang pria.

Dalam akun tersebut juga dapat dilihat bahwa akun tersebut diharapkan bisa menjadi ruang ekspresi dan pembentukan opini. Sehingga pandangan yang keliru mengenai konstruksi maskulinitas di media bisa lebih diperhatikan tanpa merugikan pihak manapun. Tidak hanya itu, pada postingan - postingan lebih berfokus kepada isu maskulinitas yang memancing diskusi dan menjadi bahan edukasi, evaluasi dan sindiran terhadap isu sosial. Postingan pada akun tersebut lebih banyak mengunggah reels dan narasi provokatif yang menggunakan humor sarkastik, sehingga banyak memicu perdebatan netizen pada media sosial instagram.

Ditemukan juga akun instagram serupa yaitu @dailymanly dengan jumlah pengikut 231 ribu yang memiliki kesamaan membahas isu maskulinitas, pada akun tersebut lebih menjelaskan mengenai maskulinitas modern yang menampilkan citra laki-laki ideal dari sisi fashion, penampilan gaya hidup bukan hanya tradisi maskulinitas dominan. Perbedaan akun tersebut adalah postingan postingan lebih banyak berbentuk gambar dilengkapi narasi yang dinilai cukup stagnan sehingga kurang mendapatkan interest dari pengguna sosial media instagram, sehingga minim interaksi dengan audiens.

Ditemukan pula akun instagram @alphamaleindonesia memiliki jumlah pengikut 1365. Pada akun tersebut lebih membahas isu mengenai motivasi seorang laki laki untuk upgrade atau memperbaiki diri menjadi sosok yang lebih baik. Jenis konten yang diunggah adalah video singkat/reels motivasi teks call to action yang dilengkapi narasi dan audio yang mengarah kepada isu maskulinitas. Bahasa yang

dipergunakan akun ini lebih mengarah kepada bahasa persuasif dan afirmatif untuk self – improvement bagi pria. Akun ini lebih menarik atau diperuntukkan bagi laki-laki yang membuntuhkan stimulus untuk memperbaiki diri. Akun ini memiliki jumlah pengikut terbatas dan terlihat tidak ada interaksi dengan netizen pengguna media sosial instagram.

Ada pula akun instagram @lakilakibaru memiliki jumlah pengikut 11,7 ribu. Akun ini lebih banyak membahas mengenai peran laki laki untuk ikut menyuarakan kesetaraan gender pada wanita dan menghapuskan kekerasan berbasis gender. Konten yang diunggah pada akun @lakilakibaru lebih memiliki jenis gambar atau poster dengan tema gender dan laki-laki untuk menerapkan maskulinitas inklusif, tetapi lebih kepada kolaborasi dan kesetaraan. akun tersebut kurang dalam memicu interaksi pengguna media sosial instagram. Serta bahasa yang digunakan pada postingan pada akun tersebut terlalu monoton sehingga kurang memicu ketertarikan publik dalam mengonsumsi akun tersebut.

Narasi-narasi yang terkandung dalam akun tersebut memuat konten yang berisikan aspek penolakan atau kritik terhadap maskulinitas. Narasi yang terkandung menjadi counter terhadap konstruksi maskulinitas di media mengenai bagaimana seharusnya menjadi seorang laki laki yang seharusnya. Akun tersebut menampilkan banyak konten, seperti halnya gabungan antara beberapa video yang di compile dengan foto. Ada pula konten konten meme yang ditulis dengan bahasa satire tetapi sesuai dengan konstruksi maskulinitas yang ada di media. Adapula konten yang mengangkat tema budaya dan menghubungkannya dengan peran gender, dan penggambaran penolakan terhadap standart laki laki ideal yang erat kaitannya dengan maskulinitas.

Makna pada postingan tersebut dapat dianalisis lebih mendalam dengan menggunakan pemaknaan lebih mendalam. Postingan pada akun tersebut memuat simbolisme dan mengajak pengguna sosial media untuk berdiskusi dan menyampaikan pandangan. Faktanya postingan pada akun tersebut perlu diteliti lebih lanjut dikarenakan di setiap postingan menyajikan konten dan narasi yang sulit dimengerti apabila tidak ditelisik lebih jauh, karena ada kaitannya dengan

budaya maupun konstruksi maskulinitas di media yang disampaikan dengan bahasa satire dan ditampilkan dengan konten ringan dan fun.

Selanjutnya hal yang ingin diteliti oleh penulis adalah postingan pada akun @Gerakanpria. Hal yang melatarbelakangi penulis memilih akun tersebut adalah, karena pada akun tersebut banyak membahas isu penolakan terhadap standarisasi maskulinitas dalam membentuk narasi laki-laki ideal di media. Seakan membawa narasi menjadi laki laki ideal harus memiliki sifat maskulinitas yang tinggi, yang menjadikan pandangan kepada masyarakat bahwa laki laki harus memiliki sifat sifat tersebut. Seperti yang digambarkan pada konsep laki laki maskulinitas bahwa laki laki harus menempatkan diri di posisi tertinggi, laki laki harus mengikuti standart sosial media untuk dianggap laki-laki ideal, harus memiliki kekayaan dan melenggangkan maskulinitas. Berbeda dengan akun akun lainnya. Akun @gerakanpria lebih melakukan penolakan-penolakan terhadap konstruksi yang telah dibangun oleh media khususnya standarisasi yang dibangun pada platform tiktok untuk mengubah pandangan mengenai konsep maskulinitas.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dan berbeda dari penelitian penelitian sebelumnya. Dimana pada penelitian sebelumnya banyak yang membahas representasi pada film, iklan maupun televisi. Sementara itu kajian yang meneliti media sosial khususnya instagram masih sangat terbatas. Hal ini menjadi sangat bermakna dikarenakan sekarang media sosial bukan hanya sebagai media hiburan. Tetapi juga sebagai wadah interaktif untuk membentuk identitas dan mereproduksi wacana mengenai gender dan bisa menjadi ruang diskusi diantara pengguna. Pada penelien ini meneliti akun instagram @gerakanpria yang menghadirkan konsep maskulinitas, konten pada akun ini memiliki penafsiran yang memiliki sudut pandang yang berbeda, karena lebih membahas mengenai penolakan terhadap standarisasi yang telah dibentuk dan dibangun oleh media terhadap bagaimana seorang laki laki ditampilkan dan pada satu sisi lainnnya berpotensi membuka kritik bagi ruang public. Dengan demikian penelitian ini bukan hanya memberikan kajian kontribusi teoritis, tetapi juga mengedepankan kesesuaian dengan apa yang terjadi pada sosial masyarakat. Pada masyarakat modern, terdapat pandangan baru

mengenai peran seorang laki laki. Penelitian ini bisa menjadi bahan untuk perbaikan, untuk memahami bagaimana budaya maskulinitas direpresentasikan, didiskusikan, dan dimaknai secara digital.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Representasi Maskulinitas pada Media Sosial Instagram: Akun @gerakanpria?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk menggali representasi maskulinitas pada media sosial Instagram ditinjau pada akun @gerakanpria

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

1. Memberikan sumbangsih terhadap kemajuan ilmu komunikasi, terutama dalam penelitian mengenai representasi media dan komunikasi terkait gender.
2. Menyempurnakan kajian mengenai isu gender khususnya maskulinitas.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi masyarakat umum, tujuannya adalah membantu pembaca lebih kritis terhadap pengaruh media sosial pada pandangan tentang "pria ideal".
2. Bagi praktisi media sosial dan konten kreator, teks ini memberikan masukan agar lebih hati-hati dalam membuat pesan terkait maskulinitas dan gender.
3. Bagi peneliti selanjutnya, ini bisa menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut, seperti membandingkan akun serupa atau menganalisis reaksi audiens terhadap narasi maskulinitas.