

Maskulinitas dalam Novel

Oleh: Restia Noviana
restianovi@yahoo.co.id

Abstrak

Wacana maskulinitas merupakan isu mengenai konstruksi gender yang sering disajikan dalam berbagai media. Isu sosial seperti ini terus ditampilkan oleh media demi kepentingan kaum kapitalis untuk memenuhi tuntutan pasar. *As Seen on TV* adalah salah satu novel karya Christian Simamora yang merepresentasikan konsep maskulinitas melalui tokoh utama laki-lakinya yang bernama Javi. Sang penulis mencoba membentuk sebuah konsep maskulinitas baru yang berbeda dari konsep-konsep maskulinitas sebelumnya. Hasil analisis ditemukan bahwa konsep maskulinitas yang dinarasikan dalam novel tersebut menggambarkan sosok laki-laki ideal adalah laki-laki sukses yang memiliki latar kehidupan perkotaan yang mewah dan modern serta bertubuh *six pack*, atletis, berotot, dan berwajah tampan. Selain suka memperhatikan penampilan, ia juga berjiwa bebas dan suka bersenang-senang dengan bersantai di *beerhouse*, meminum alkohol, dan menikmati seks bebas. Ia juga laki-laki *dandy* yang suka memanjakan diri dengan barang-barang mewah seperti mobil, rumah bagus, dan penampilan *fashionable*. Selain itu ia memiliki sisi *manly* yang kuat dan lebih dominan dibanding perempuan, namun di lain sisi juga punya kehidupan cinta yang hangat, romantis, suka dimanja, humoris, dan bisa menghargai perempuan.

Kata kunci: Maskulinitas, Novel, *As Seen on TV*

Pendahuluan

Hiburan merupakan salah satu kebutuhan manusia sebagai pengisi waktu senggang atau penghilang penat, agar terhindar dari rasa stres dan monoton saat melakukan aktivitas kegiatan harian. Pada jaman modern ini, mendapatkan hiburan bukanlah hal yang sulit untuk dilakukan. Banyak masyarakat mencoba berbagai hal atau hobi yang disukainya sebagai penghilang bosan seperti pergi berlibur, bermain bersama sanak saudara atau kerabat, menonton televisi, dan lain-lain. Salah satu hiburan menarik yang juga bisa dilakukan seorang diri pada saat mengisi waktu luang adalah membaca novel.

Berbagai genre novel-novel menarik karya penulis Indonesia sudah banyak bermunculan dan dapat ditemui dengan mudah di toko-toko buku terdekat. Salah satu genre yang cukup populer di kalangan masyarakat sendiri adalah novel-novel bergenre fiksi *romance*. Novel-novel dengan genre tersebut telah berperan aktif dalam mengekspresikan langsung realita

sosial tentang laki-laki, dalam melakukan penggambaran atas definisi laki-laki terkait wacana maskulinitas melalui tokoh utama laki-laknya, juga mahir membentuk *image* ideal bagi laki-laki sesuai dengan keinginan pasar melalui sosok yang menarik serta berwajah tampan. Tuntutan ini menjadi sebuah kesepakatan pada masyarakat akan definisi maskulinitas pada saat ini.

Maskulinitas adalah imaji kejantanan, ketangkasan, keperkasaan, keberanian untuk menantang bahaya, keuletan, keteguhan hati, keringat yang menetes, otot laki-laki yang menyembul, atau bagian tubuh tertentu dari kekuatan daya tarik laki-laki yang terlihat secara ekstrinsik (Kurnia, 2014: 22). Dengan kata lain, maskulinitas bisa didefinisikan sebagai sesuatu yang bersifat kelelakian.

Citra maskulinitas yang sering kita jumpai di dalam novel-novel tersebut dikemas dengan sangat apik, seperti contohnya adalah sosok Christian Grey dan Edward Cullen yang bisa kita jumpai dalam novel *Fifty Shades of Grey* dan *The Twilight Saga*. Keduanya ditampilkan sebagai sosok laki-laki sejati dari kalangan menengah ke atas yang memiliki kehidupan modern, serba mewah, dan hedonis. Selain itu mereka juga digambarkan dengan tampilan fisik yang menarik berupa wajah tampan, tubuh berotot, dan digilai banyak perempuan. Pencitraan tentang wacana maskulinitas tersebut terus dikonsepsi dan dikembangkan melalui media, kemudian diturunkan dari generasi ke generasi melalui mekanisme perkembangan budaya, dan tanpa disadari telah menjadi suatu kewajiban yang harus dijalani jika ingin dianggap sebagai laki-laki sejati.

Salah satu jenis novel populer yang digemari di kalangan masyarakat Indonesia saat ini, khususnya bagi kalangan remaja dewasa, melestarikan konstruksi gender mengenai maskulinitas adalah novel-novel karya Christian Simamora. Sejak tahun 2010 lalu, Christian Simamora telah melahirkan delapan novel *best seller* dengan tema '*J Boyfriend*', yaitu novel-novel yang memiliki tokoh utama laki-laki dengan nama panggilan yang berawal dari huruf J. Novel-novel karya Christian Simamora tersebut banyak menggambarkan tentang konsep maskulinitas dengan menampilkan tokoh laki-laki fiksi yang sempurna dan dianggap seksi.

Konsep maskulinitas sendiri dibentuk oleh kebudayaan, sehingga sifat kelelakian berbeda-beda di setiap tempat dan bisa berubah-ubah mengikuti tren perubahan jaman. Dengan adanya perkembangan jaman tersebut, konsep maskulinitas yang digambarkan dalam novel tersebut pun ikut berkembang sehingga lebih berbeda dan tidak lagi sama dengan konsep-konsep sebelumnya.

Pada era sebelum tahun 1980, konsep maskulinitas muncul dengan figur sosok laki-laki kelas pekerja yang lebih mendominasi. Bentuk tubuh dari hasil bekerja sebagai buruh dan perilaku seperti lelaki dewasa yang matang adalah sisi maskulinitas mereka. Di era tahun 1980, laki-laki ideal digambarkan sebagai laki-laki yang memiliki sifat alamiah sebagai manusia, yaitu penyayang dan perhatian, juga suka memanjakan dirinya dengan produk-produk komersial selayaknya perempuan. Kemudian di era tahun 1990, konsep maskulinitas berubah lagi. Laki-laki cenderung mementingkan *leisure time*. Mereka adalah sosok yang memiliki jiwa cuek yang bebas, suka bersenang-senang dengan alkohol, dan menikmati seks. Pada era tahun 2000, mulai muncul sosok *trend* laki-laki metroseksual yang ditampilkan oleh media, yaitu sosok laki-laki yang berasal dari kalangan menengah atas, mengagungkan *fashion*, rajin berdandan, berpenampilan rapi, dan juga tergabung dalam komunitas bergengsi. Mereka adalah sosok laki-laki *socialite* (Prasetyo, 2011: 208).

Pada karya-karya Christian Simamora, konsep maskulinitas yang ditampilkan memiliki karakter yang lebih kuat dan sempurna, karena ia mengadopsi semua konsep maskulinitas dari jaman ke jaman sehingga mencakup semua konsep maskulinitas setiap dekade. Konsep ini menjadi satu kesatuan yang mencoba ditunjukkan Christian Simamora kepada pembacanya, sehingga apa yang digambarkan dalam novel tersebut adalah sebuah tampilan sosok laki-laki maskulin yang berbeda dengan konsep maskulinitas yang lama.

Berdasarkan hal itu, peneliti ingin mengkaji bagaimana representasi maskulinitas yang digambarkan lewat tokoh utama laki-laki yang ada dalam novel-novel karya Christian Simamora tersebut. Peneliti akan mengambil salah satu novel dari delapan serial '*J Boyfriend*' sebagai objek penelitian ini, yaitu novel yang berjudul *As Seen on TV*.

Pembahasan

1. Representasi Realitas

Dalam perkembangannya, media telah banyak berperan dalam merepresentasikan realitas sosial, yang direkonstruksikan dari suatu budaya dan kemudian direkayasa dan disajikan lagi kepada khalayak. Realitas sosial yang direpresentasikan tersebut hakikatnya adalah milik media. Sejatinya representasi yang dilakukan oleh media tidak lagi merefleksikan dunia nyata, tapi lebih sebagai suatu proses mengkonstruksi dunia yang ada di sekitar kita dan proses bagaimana kita memaknainya. Realitas sosial tersebut dikonstruksikan ulang sedemikian rupa agar dapat diterima oleh masyarakat sebagai gambaran nyata (Carter dan Linda Steiner, 2004: 2).

Dan yang kedua adalah model refleksi realitas atau model simulasi peta, yaitu penciptaan realitas menggunakan model-model kehidupan yang ditampilkan secara

nyata dan realistis, padahal sebenarnya tidak demikian adanya. Melalui model simulasi ini, individu terjebak dalam satu ruang yang disadarinya sebagai nyata, walaupun sesungguhnya semu atau maya. Bila dalam model peta analog peta merupakan representasi dari sebuah teritorial, maka dalam model simulasi peta mendahului teritorial, di mana realitas sosial, budaya, dan realitas kehidupan lainnya di dalam dunia nyata dibangun berdasarkan model simulasi yang ditawarkan oleh media (Bungin, 2008: 209).

Media membentuk realitas melalui pencitraan yang ditampilkan kepada khalayak dengan menggunakan ikon-ikon budaya modern dan kelas sosial atas, agar dapat menggambarkan atau menyetarakan dengan ikon kemodernan dan ikon kelas sosial tersebut. Media menggunakan kode atau tanda, baik berupa verbal maupun visual dalam berbagai model simulasi, yang kemudian berhasil membangun imajinasi khalayak tentang realitas sosial, walaupun realitas itu bersifat semu dan hanya ada di dalam media atau sebagai *theatre of mind* khalayak (Bungin, 2008: 209).

2. Konstruksi Gender

Wacana gender merupakan salah satu bagian kompleks sebuah konstruksi identitas yang dibentuk oleh media (Gauntlett, 2002: 14). Karena konstruksi sosial tersebut, kini kita hidup di jaman di mana identitas gender tidak lagi ada kaitannya dengan kondisi biologis, melainkan bergantung pada kondisi ekonomi dan kultural yang membentuk konstruksi itu.

Menurut Ivan Hill (dalam Kurnia, 2004: 18), gender adalah sebuah distingsi perilaku dalam budaya *vernacular*. Konsep gender ini membedakan waktu, tempat, peralatan, tugas, gerak-gerik, bentuk tuturan, dan bermacam-macam persepsi yang dikaitkan pada laki-laki atau perempuan yang dipertahankan secara kultural. Perbedaan yang bukan bawaan individual ini disebut sebagai budaya patriarki. Budaya tersebut menggambarkan perbedaan antara sifat serta karakter laki-laki dan perempuan secara signifikan.

Menurut J. MacInnes (dalam Beynon, 2002: 8), konstruksi gender yang dibentuk oleh media, baik itu maskulinitas atau femininitas, merupakan sebuah ideologi yang dikonstruksikan oleh orang-orang di jaman modern sebagai sebuah imaji yang membentuk dan membedakan bagaimana sosok laki-laki atau perempuan ideal berdasarkan orientasi seksual mereka.

Dalam perkembangannya, media telah menampilkan banyak gambaran tentang bagaimana bentuk laki-laki dan perempuan ideal yang sempurna, yang

mempengaruhi khalayak sebagai audiensnya. Sehingga sangat disayangkan, banyak laki-laki dan perempuan yang kemudian mengadopsi identitas mereka dalam realitas sosial yang sejatinya telah direproduksi ulang dan digambarkan dalam media tersebut (Gauntlett, 2002: 6).

Gambar 1.1 Perbedaan Laki-Laki dan Perempuan

<i>Men are Should be:</i>	<i>Woman are Should be:</i>
<i>Masculine</i>	<i>Feminine</i>
<i>Dominant</i>	<i>Submissive</i>
<i>Strong</i>	<i>Weak</i>
<i>Aggressive</i>	<i>Passive</i>
<i>Intelligent</i>	<i>Intuitive</i>
<i>Rational</i>	<i>Emotional</i>
<i>Active</i>	<i>Communicative</i>
<i>Men Like:</i>	<i>Women Like:</i>
<i>Cars and Technology</i>	<i>Shopping and Makeup</i>
<i>Getting Drunk</i>	<i>Social Drinking with Friends</i>
<i>Casual Sex Many Partners</i>	<i>Committed Relationship</i>

Sumber: (Kurnia, 2004: 19)

Perbedaan maskulin dan feminin yang telah digambarkan di atas pun kemudian membuat sebuah anggapan umum bahwa karakter laki-laki bersifat kuat, keras, dan beraroma keringat sementara karakter perempuan bersifat lemah, lembut, dan beraroma wangi. Yang kemudian anggapan-anggapan umum tersebut dianggap sebagai sebuah ketidakadilan gender, baik bagi laki-laki dan perempuan itu sendiri.

Karena laki-laki digambarkan memiliki fisik yang besar, agresif, prestatif, dominan-superior, asertif, kuat, rasional, jantan, perkasa, dan dimitoskan sebagai pelindung, maka laki-laki dianggap pantas berada di wilayah publik, mencari nafkah, sebagai kepala rumah tangga, menjadi *decision maker*, dan sebagainya (Widyatama, 2006: 6).

Dengan menampilkan bagaimana cara laki-laki atau perempuan bersikap direpresentasikan dan diatur, media telah membuat kita secara tidak sadar mempelajari hal-hal tersebut dan menerimanya sebagai sesuatu yang normal, yang kemudian membentuk apa yang kita ketahui tentang dunia dan dapat menjadi

sumber utama pelbagai ide dan opini, dan mempengaruhi sebagian besar cara kita berpikir dan bertindak (Burton, 2008: 114).

3. Maskulinitas dalam Novel

Maskulinitas adalah imaji kejantanan, ketangkasan, keberanian, keperkasaan, dan keteguhan hati (Kurnia, 2004: 22). Sejatinya, mengadopsi laki-laki maskulin berarti mengadopsi nilai-nilai superioritas laki-laki. Menurut D.H.G. Morgan (dalam Beynon, 2002: 7), seorang laki-laki dikatakan maskulin bukan dari siapa mereka, melainkan dari apa yang mereka lakukan dan kenakan. Apa yang disebut dengan maskulinitas adalah hasil konstruksi sosial dan budaya yang dilahirkan melalui kode dalam interaksi sosialnya dan diturunkan dari generasi ke generasi, bukan lagi konstruksi biologis yang dimiliki oleh laki-laki sejak lahir. Karenanya, terlahir sebagai laki-laki tidak lantas membuat seseorang menjadi maskulin.

Menurut Eve Kosofsky Sedgwick, maskulinitas tidak selalu berhubungan dengan laki-laki. Seperti yang diterangkan D.H.G Morgan di atas, laki-laki adalah konstruksi biologis yang dimiliki sejak lahir, sedangkan maskulinitas adalah hasil konstruksi sosial dan budaya yang merupakan sifat-sifat yang dimiliki laki-laki. Namun perempuan bisa juga dikatakan maskulin apabila mengadopsi sifat-sifat yang dimiliki laki-laki (Sedgwick, 1995: 13). Perempuan yang mengadopsi sifat-sifat laki-laki atau berperilaku seperti laki-laki tersebut disebut sebagai *tomboy* (Halberstam, 1998: 5).

J. MacInnes mengatakan (dalam Beynon, 2002: 3), bahwa pertama kali maskulinitas muncul hanya merupakan sebagai salah satu bentuk fantasi dan imaji tentang bagaimana sosok seorang laki-laki ideal, untuk sekedar memenuhi keinginan orang-orang. Kemudian fantasi dan imaji tersebut diterjemahkan menjadi ideologi kaum kapitalis yang direpresentasikan menjadi realitas sosial melalui media demi kepentingan-kepentingan mereka.

Melalui ideologi kapitalisme, muncul stereotipe imaji maskulinitas dalam media yang terus berkembang dan berubah-ubah dari jaman ke jaman. Sebagaimana dikatakan oleh Susan Bordo, laki-laki cenderung sebagai makhluk yang jantan, berotot, dan berkuasa. Tak jauh berbeda dengan pendapat Jib Fowles yang mengatakan bahwa penampakan laki-laki itu adalah aktif, agresif, rasional, dan tidak bahagia. Aktivitas laki-laki lebih banyak berkaitan dengan kegiatan fisik seperti olahraga, pergi ke kantor, naik gunung, balapan, atau berada di bengkel (Kurnia, 2004: 26).

Bahkan Peter McKay (dalam Rutherford, 2015: 9) dalam tulisannya di *Daily Express* mengatakan bahwa laki-laki suka bertempur dan bersemangat membayangkan pertempuran. Hal itu menjelaskan bahwa sosok laki-laki diidentikkan dengan pertempuran, keperkasaan, dan perkelahian.

Novel menjadi salah satu media yang telah berperan aktif dalam mengekspresikan langsung realita sosial tentang sosok laki-laki dan maskulinitas juga mahir membentuk *image* ideal bagi laki-laki sesuai dengan keinginan pasar melalui sosok yang menarik serta berwajah tampan. Salah satu contohnya adalah dengan melakukan penggambaran atas definisi laki-laki dalam wacana maskulinitas melalui tokoh utama laki-lakinya. Beberapa di antaranya seperti novel *The Twilight Saga* karangan Stephenie Meyer, *The Fifty Shade Series* karangan El James, dan *Romeo and Juliet* karya William Shakespeare.

Ketika di dalam sebuah novel sang penulis menampilkan sosok laki-laki ideal dan dianggap sempurna dengan menggambarkan ciri-cirinya secara sedemikian rupa, maka terjadi proses *decoding* dari khalayak terhadap tokoh yang ada di dalam novel itu. Secara tidak langsung, si penulis telah mengkonstruksikan sebuah citra atau konsep maskulinitas dan membentuk realitas sosial kepada khalayak, bahwa laki-laki ideal adalah laki-laki yang memiliki ciri-ciri serupa seperti sosok tokoh laki-laki yang ia gambarkan dalam novelnya.

Konstruksi maskulinitas tersebut terdiri dari signifikasi imaji-imajinya. Beberapa imaji tersebut memberikan nilai-nilai tertentu seperti nilai kejantanan, metroseksualitas, ketampanan, sampai pada nilai baik atau buruk dan benar atau salah. Dengan menggunakan imaji-imaji dan nilai-nilai yang ditawarkan, pembaca diajak untuk memasuki konstruksi ruang dan waktu imaji dalam novel tersebut dan menjadi subjek di dalamnya. Ajakan inilah yang disebut sebagai ideologi, yang kemudian diterjemahkan kepada khalayak menjadi sebuah wacana maskulinitas yang pada akhirnya akan melahirkan ketidakadilan gender terhadap laki-laki yang tidak memenuhi konsep maskulinitas tersebut.

Hasil Penelitian

1. Sinopsis Novel

Novel *As Seen on TV* merupakan sebuah novel bergenre *comedy romance* yang menceritakan tentang cerita percintaan dewasa yang berlatar kehidupan kelas menengah atas di kota Jakarta. Berkisah tentang dua orang sahabat bernama Javi dan Kendra yang sudah saling mengenal selama belasan tahun. Sejak SMP, diam-diam Kendra sudah jatuh hati pada Javi. Namun Javi digambarkan sebagai sosok

seorang laki-laki *player* yang lebih suka berganti-ganti pasangan untuk melakukan hubungan *one night stand* ketimbang berkomitmen serius dengan satu perempuan.

Kendra merasa kalau Javi bukanlah laki-laki yang baik untuknya, sehingga ia memutuskan untuk melupakan perasaannya pada Javi dan mencari cinta baru. Lalu Kendra bertemu dengan Orion, laki-laki baik hati yang tertarik dengannya. Tidak lama kemudian, mereka berdua menjalin ikatan menjadi sepasang kekasih. Kedekatan antara Kendra dan Orion membuat persahabatan Kendra dan Javi merenggang. Di saat itulah Javi merasa kehilangan Kendra, dan ia mulai menyadari kalau selama ini ternyata ia juga telah jatuh hati pada sahabatnya itu.

Akhirnya Javi mulai mendekati Kendra kembali. Di lain sisi, Kendra yang juga masih memiliki perasaan pada Javi tergoda untuk berselingkuh di belakang Orion. Namun Orion mengetahui perselingkuhan mereka berdua, dan akhirnya memutuskan untuk mengakhiri hubungannya dengan Kendra. Kendra yang patah hati, kemudian memilih meninggalkan Javi juga, karena sifat *player*-nya yang belum berubah dan tidak mau berkomitmen dengan satu perempuan. Ia tidak ingin hubungannya dengan Javi hanya akan membuatnya kecewa.

Empat bulan kemudian, keduanya bertemu kembali. Sosok Javi digambarkan sudah berubah. Ia bukan lagi sosok laki-laki *player* yang suka berganti-ganti pasangan *one night stand*. Javi kembali menyatakan cintanya pada Kendra dan mau berubah menjadi lebih baik demi perempuan itu. Di akhir cerita, akhirnya keduanya menjadi pasangan kekasih dan bertunangan.

2. Temuan Analisis

Novel ini menceritakan tentang kehidupan kisah percintaan dewasa berumur *twenty something* yang berlatar kehidupan urban dan modern. Hal itu dapat ditandai dengan gaya hidup kelas menengah ke atas yang diidentikkan dengan mobil mewah, rumah bagus, bersantai di *beerhouse*, dan gaya berpakaian yang trendi. Cerita berpusat pada lika-liku kisah cinta Javi yang berusaha mendapatkan hati Kendra, beserta dengan kehadiran sosok Orion yang menjadi saingan Javi. Meski ada beberapa tokoh laki-laki lain seperti Orion, Mario (teman dekat Javi), dan Nelson (anak buah Javi), namun Javi digambarkan sebagai sosok laki-laki ideal dengan ciri-ciri berwajah tampan, tubuh atletis, berasal dari kalangan menengah ke atas, dan digilai oleh banyak perempuan.

Se-Indonesia Raya ini pun tahu, Javier Bungsu Vimana memiliki penampilan fisik yang mengagumkan. Wajah

persegi dan maskulin, dengan *facial hair* bergaya, seperti yang sedang tren di kalangan selebritas cowok akhir-akhir ini. Dadanya bidang dan atletis seperti model iklan celana dalam, mulus hingga ke *happy trail*—yang kemudian berlanjut ke *terra incognita* alias *unknown land* yang tersembunyi dengan baik sekali di balik *bedcover*. Tapi, menurut Kendra, daya tarik sebenarnya terletak pada garis V di daerah pinggul, atribut fisik yang hanya orang rajin nge-gym aja yang bisa punya. (Simamora, 2014: 13)

Hal itu berbeda dengan karakter laki-laki lain yang ada dalam novel tersebut. Meski mempunyai gaya hidup yang sama, namun Mario tidak sekaya dan setampan Javi. Selain itu Mario juga adalah tipe laki-laki yang penurut kepada kekasihnya. Laura terlihat lebih dominan dibanding Mario, seolah-olah Mario adalah laki-laki yang hampir selalu menuruti perkataan Laura. Sedangkan Nelson hanya anak buah yang bekerja di kafe milik Javi dan memiliki perilaku seperti perempuan. Satu-satunya laki-laki yang paling mendekati sosok Javi hanyalah Orion yang menjadi saingannya. Namun pada akhirnya tetap Javi yang bisa mendapatkan cinta Kendra.

Novel ini secara tidak sadar ingin mengatakan kalau Javi adalah sosok laki-laki ideal, sementara tokoh lain tidak. Orion, Mario, dan Nelson tidak ideal seperti Javi. Mereka bertiga hanya mirip sebagian saja dari seluruh sifat dan karakter Javi. Orion walaupun sifat dan karakternya hampir mirip dengan Javi, namun pada akhirnya Kendra lebih memilih Javi karena laki-laki itu mau berkomitmen dan setia pada satu perempuan. Secara tidak langsung, hal itu menggambarkan bahwa Javi adalah laki-laki sejati yang bisa menghargai perempuan.

“Gue bukan orang yang sama, Ken. Gue yang sekarang udah banyak belajar. Gue yang sekarang mau berusaha memperjuangkan lo tetap ada di sisi gue.”
(Simamora, 2014: 465)

Dalam novel ini, tokoh laki-laki dan perempuan digambarkan sedemikian rupa yang membentuk sebuah konstruksi gender dan melahirkan realitas sosial. Terutama wacana maskulinitas baru yang terlahir oleh sosok Javi. Javi memiliki segala karakter konsep maskulinitas yang pernah berkembang di media, baik dari *trend* sebelum era tahun 1980 hingga pada era laki-laki metroseksual populer. Ia digambarkan sebagai laki-laki yang lebih dominan dari pada perempuan bahkan termasuk dalam hubungan seks dan sebagai *decision maker* arah hubungannya dengan Kendra, punya kekayaan dan merupakan salah satu anggota keluarga

Vimana sebagai lambang keberhasilannya. Selain itu ia juga memiliki rasa cinta, bisa menangis seperti perempuan, penyayang hewan, dan juga suka bermanja-manja pada Kendra. Namun di lain sisi, Javi tetaplah sosok laki-laki berjiwa bebas yang suka bersenang-senang dengan menikmati alkohol dan juga seks bebas. Javi juga merupakan laki-laki metroseksual yang sangat mementingkan penampilan, suka memanjakan diri dengan barang-barang mewah, dan ikut komunitas bergengsi yaitu Komunitas Shylock Indonesia. Selain itu, Javi juga adalah sosok laki-laki ideal yang selain memiliki kehidupan sempurna, ia juga bisa menghargai perempuan dan berkomitmen.

Konsep maskulinitas yang direpresentasikan dalam diri Javi merupakan sebuah gabungan dan penyempurnaan dari konsep-konsep maskulinitas yang diadopsi dari beberapa dekade sebelumnya dan dikembangkan menjadi sosok yang lebih *fresh* dan menarik dari konsep laki-laki ideal yang lama. Namun tidak hanya sebatas soal fisik dan gaya hidup, narasi dalam novel ini juga masih menampilkan sosok laki-laki baik sebagai laki-laki ideal, sebagaimana hukum normatif yang berlaku pada masyarakat umum tentang laki-laki. Pada awal cerita Javi memang digambarkan sebagai sosok *player* yang suka melakukan hubungan *one night stand* dan berganti-ganti pasangan. Namun Kendra merasa sifat Javi yang seperti itu bukanlah sifat laki-laki ideal yang ia inginkan, sehingga ia memilih meninggalkan Javi. Ketika empat bulan kemudian mereka bertemu lagi dan Javi sudah berubah, barulah Kendra mau menerima Javi kembali, karena laki-laki itu mau berkomitmen dan setia pada satu perempuan. Secara tidak langsung, narator ingin menggambarkan bahwa laki-laki ideal adalah laki-laki yang bisa menghargai perempuan.

Kesimpulan

Dalam novel *As Seen on TV* tersebut, narator membuat sebuah konsep maskulinitas yang berbeda melalui sosok Javi sebagai tokoh utamanya. Di sini, Javi memiliki segala karakter konsep maskulinitas yang pernah berkembang di media, baik dari *trend* sebelum era tahun 1980 hingga pada era laki-laki metroseksual populer. Ia digambarkan sebagai laki-laki yang lebih dominan dari pada perempuan bahkan termasuk dalam hubungan seks dan sebagai *decision maker* arah hubungannya dengan Kendra, punya kekayaan dan merupakan salah satu anggota keluarga Vimana sebagai lambang keberhasilannya. Selain itu ia juga memiliki rasa cinta, bisa menangis seperti perempuan, penyayang hewan, dan juga suka bermanja-manja pada Kendra. Namun di lain sisi, Javi tetaplah sosok laki-laki berjiwa bebas yang suka bersenang-senang dengan menikmati alkohol dan juga seks bebas. Javi juga merupakan laki-laki metroseksual yang sangat mementingkan penampilan, suka memanjakan diri dengan barang-barang mewah, dan ikut komunitas bergengsi yaitu

Komunitas Shylock Indonesia. Selain itu, Javi juga adalah sosok laki-laki ideal yang selain memiliki kehidupan sempurna, ia juga bisa menghargai perempuan dan berkomitmen.

Penelitian ini ingin memfokuskan bagaimana narator menarasikan konsep maskulinitas yang dikaitkan dengan fenomena-fenomena saat ini, di mana narator ingin membentuk dan mengkonstruksikan definisi laki-laki ideal atau laki-laki sejati. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi maskulinitas tersebut dinarasikan oleh narator, agar peneliti bisa memberikan sudut pandang yang berbeda terhadap novel yang merupakan salah satu media yang cukup populer di kalangan masyarakat, untuk memberikan alternatif analisis dalam membongkar sebuah ideologi-ideologi tersembunyi yang ada di balik novel tersebut. Dewasa ini banyak novel kontemporer yang menarasikan konsep maskulinitas di dalamnya, hal tersebut merupakan bahan yang bisa dijadikan objek untuk meneliti bagaimana wacana maskulinitas diceritakan di dalam novel tersebut. Novel merupakan salah satu bentuk media massa sebagai alat untuk menyampaikan pesan. Seperti pada umumnya, media selalu memiliki kepentingan dan ideologi di baliknya. Peneliti mengharapkan sebagai langkah awal kita untuk menjadi kritis terhadap media yang ada.

Daftar Pustaka

- Beynon, John. 2002. *Masculinities and Culture*. Buckingham: Open University Press.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Burton, Greame. 2008. *Yang Tersembunyi di Balik Media: Pengantar Kepada Kajian Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Carter, Cynthia dan Linda Steiner. 2004. *Critical Readings: Media and Gender*. London: Open University Press.
- Gauntlett, David. 2002. *Media, Gender, and Identity: An Introduction*. London: Routledge.
- Kurnia, Novi. 2004. *Representasi Maskulinitas dalam Iklan*. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Vol. 8 No. 1 Juli 2004. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Prasetyo, Agung Budi. 2011. *Maskulinitas dalam L'MEN*. Jurnal Komunikator Vol. 3 No. 2 November 2011. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rutherford, Jonathan. 2014. *Male Order: Mengungkap Maskulinitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sedgwick, Eve Kosofsky. 1995. *Constructing Masculinity*. New York: Routledge.
- Simamora, Christian. 2014. *As Seen on TV*. Jakarta: Twigora.
- Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.