



ANALISIS RESEPSI AUDIENS PEREMPUAN TERHADAP DEKONSTRUKSI GENDER DALAM *KONSEP GENDERLESS* GRUP K-POP XLOV

Galuh Oktavia Putri¹, Anang Masduki²

Abstrak

Penelitian ini menganalisis resepsi audiens perempuan terhadap dekonstruksi gender dalam konsep genderless yang diusung oleh XLOV di tengah arus Korean Wave (Hallyu). Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif melalui analisis resepsi berdasarkan model encoding–decoding Stuart Hall yang diperkaya perspektif dekonstruksi Jacques Derrida. Data dikumpulkan melalui wawancara semi struktur terhadap sembilan responden perempuan yang dipilih secara purposive sampling pada Desember 2025–Januari 2026, setelah itu dianalisis memakai model Miles dan Huberman. Output penelitian memperlihatkan bahwa mayoritas responden 66,67% berada pada posisi negosiasi, 22,22% pada posisi oposisi, dan 11,11% pada posisi dominan. Media sosial berperan sebagai ruang pembentukan dan perdebatan makna. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemaknaan dekonstruksi gender bersifat kontekstual dan dipengaruhi pengalaman personal serta dinamika digital.

Kata Kunci: Resepsi Audiens, Dekonstruksi gender, *Genderless*, XLOV, Media Sosial

Abstract

This study analyzes female audience reception toward the deconstruction of gender in the genderless concept promoted by XLOV amid the rise of the Korean Wave (Hallyu). The research applies a qualitative approach using reception analysis based on Stuart Hall's encoding–decoding model, enriched with Jacques Derrida's deconstruction perspective. Data were collected through semi-structured interviews with nine female respondents selected through purposive sampling between December 2025 and January 2026, and analyzed using the Miles and Huberman model. The findings show that the majority of respondents 66.67% were in the negotiated position, 22.22% in the oppositional position, and 11.11% a dominant position. Social media plays a role as a space for the forming and contestation of meaning. This study concludes that the interpretation of gender deconstruction are contextual and influenced by personal experiences as well as digital dynamics.

Keywords: Audience Reception, Gender Deconstruction, *Genderless*, XLOV, Social Media

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, anang.masduki@comm.uad.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan

PENDAHULUAN

Dalam satu dekade terakhir, fenomena gelombang budaya Korea Selatan yang dikenal sebagai Korean Wave atau Hallyu berkembang pesat dan memberikan pengaruh yang luas terhadap berbagai aspek budaya di tingkat global. Secara etimologis, istilah Hallyu berasal dari bahasa Korea yang berarti “gelombang Korea”, yang merujuk pada penyebaran dan meningkatnya popularitas budaya Korea di berbagai negara di luar Korea Selatan (Kusniawan et al., 2023). Popularitas K-Pop memberikan dampak budaya yang cukup besar dengan menumbuhkan minat yang luas terhadap nilai-nilai modern dan global dalam kehidupan sehari-hari penggemarnya. Selain itu, kemajuan teknologi digital turut berperan penting dalam penyebaran budaya Korea ke berbagai negara, sehingga pengaruh Hallyu melampaui batas geografis dan budaya dengan cepat (Purba et al., 2023).

Salah satu fenomena mencolok yang baru muncul dalam perkembangan musik K-pop adalah “*konsep genderless*” yang secara fundamental menolak pembatasan tegas antara maskulinitas dan feminitas dalam gaya berpakaian, penampilan, dan ekspresi panggung. Konsep *genderless* merupakan suatu konsep yang menunjukkan representasi atau ekspresi identitas gender yang tidak terikat atau melampaui batasan-batasan kategori gender tradisional laki-laki dan perempuan (Tabane et al., 2025). Konsep ini menandai pergeseran signifikan dalam industri hiburan Korea Selatan, yang sebelumnya dikenal dengan penggambaran gender yang kaku dan normatif, menuju ekspresi gender yang lebih fleksibel dan inklusif. Sebuah laporan yang diterbitkan oleh The Korea Times pada Februari 2025 menyebutkan bahwa tren “*genderless idol*” mencerminkan semangat keterbukaan dan perubahan di kalangan K-Pop untuk menentang norma sosial dan menyesuaikan diri dengan perubahan sikap generasi muda secara global terhadap identitas gender.

Grup XLOV, yang memulai debutnya pada 7 Januari 2025 di bawah label 257 Entertainment dengan single perdana “I’mma Be”, menjadi pionir dalam mengusung konsep *genderless* secara terbuka dalam dunia hiburan K-Pop. Screen Dynamite (2025) mencatat bahwa kemunculan grup XLOV akan memicu wacana publik yang luas mengenai batas identitas gender dalam industri hiburan. Gaya grup XLOV yang memadukan *masculinity* dan *feminine aesthetics* dianggap menantang citra tradisional laki-laki di Korea Selatan yang masih cenderung patriarkal dan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

normatif.



Gambar 1. Sumber : Pinterest



Gambar 2. Sumber : Pinterest

Grup ini terdiri dari empat anggota yang berasal dari berbagai negara. Wumuti (Tiongkok), Rui (Taiwan), Hyun (Korea Selatan) dan Haru (Jepang). Sebelum debut bersama XLOV, Wumuti, Rui dan Haru dikenal terlebih dahulu sebagai kontestan dalam program survival Boys Planet pada tahun 2023. Keberagaman budaya para anggota membentuk identitas grup yang bersifat lintas negara dan memperkuat citra mereka sebagai simbol yang melampaui batas budaya serta pandangan gender yang tradisional. Tidak hanya di Korea, pengaruh XLOV juga meluas ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Generasi muda, terutama penggemar perempuan, menjadi kelompok yang paling aktif mengikuti dan mendiskusikan keberadaan XLOV melalui media sosial seperti TikTok, X (Twitter) dan Instagram. Melalui konten-konten seperti reaksi, fan edits, dan komentar, terlihat bahwa perempuan tidak hanya sekedar menikmati musik, tetapi juga aktif terlibat dalam proses interpretasi terhadap nilai-nilai yang diusung grup XLOV. Fenomena ini menunjukkan bahwa audiens perempuan berperan sebagai subjek aktif dalam proses pemaknaan, bukan sekedar penerima pesan media.

Pandangan ini berbanding lurus dengan pendekatan resepsi Stuart Hall. Menurut Stuart Hall, resepsi merupakan proses di mana audiens menerima, menginterpretasikan, serta menyematkan makna dalam pesan media sesuai dengan latar belakang sosial, budaya, serta pengalaman pribadi mereka (Xie et al., 2022). Dan dipadukan dengan teori dekonstruksi gender

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

dari Jacques Derrida. Perspektif dekonstruksi yang dipengaruhi pemikiran Jacques Derrida digunakan untuk melihat batas–batas makna gender tidak bersifat tetap, melainkan dapat dibongkar dan dinegosiasi kembali melalui representasi media (M & Ridho, 2024). Dengan demikian, representasi *genderless* dalam ranah K-Pop tidak semata-mata dipandang sebagai bentuk hiburan visual, namun juga berupa arena diskursif yang membuka ruang bagi beragam interpretasi tentang identitas gender.

Beberapa penelitian sebelumnya di Indonesia menunjukkan bahwa isu gender dalam budaya populer telah menjadi perhatian “Resepsi Audiens Terhadap “*Soft Masculinity*” Boygroup K-pop” oleh (Syamwakumala, 2024) ditemukan adanya perbedaan pemaknaan audiens, yaitu posisi dominan yang menerima *soft maskulinity* sebagai bentuk kedekatan emosional, serta posisi oposisi yang menolak dan memberi makna negatif terhadap representasi tersebut. Penelitian yang berjudul “Studi Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap *Genderless Fashion*” oleh (Belinda, 2022) menemukan bahwa gen z telah memahami konsep *gender fluid* dan gaya *androgini*, namun pemahaman tersebut belum sepenuhnya jelas dan masih belum sepenuhnya akurat. Sementara itu, penelitian “Dekonstruksi Stereotip Maskulin Iklan Produk Kosmetik Dalam Video Iklan Ms Glow For Man #semuajugabisa” oleh (Mutiara, 2022) menunjukkan bahwa representasi laki–laki dalam media mulai mengalami pergeseran dari citra maskulin yang kaku menuju representasi yang lebih ekspresif dan fleksibel.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas isu gender dalam budaya populer, sebagian besar kajian tersebut masih berfokus pada representasi media atau preferensi gaya, dan belum banyak menelaah bagaimana audiens secara aktif menafsirkan konsep gender yang lebih cair dalam konteks budaya populer global. Selain itu, kajian mengenai konsep *genderless* dalam industri K-Pop masih relatif terbatas, terutama yang secara spesifik meneliti bagaimana audiens perempuan memaknai konsep tersebut melalui pengalaman konsumsi media dan interaksi di ruang digital. Secara khusus, belum ditemukan penelitian yang secara mendalam menganalisis resepsi audiens perempuan terhadap konsep *genderless* yang diusung oleh grup K-Pop XLOV sebagai identitas utama grup tersebut. Kesenjangan kajian ini menunjukkan perlunya penelitian yang menghubungkan fenomena budaya populer global, dekonstruksi gender, serta praktik pemaknaan audiens perempuan dalam konteks media digital.

Urgensi penelitian ini juga berkaitan dengan relevansi isu gender dalam konteks masyarakat

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Indonesia saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir, diskursus mengenai identitas gender, ekspresi gender, dan batasan maskulinitas maupun feminitas semakin sering muncul dalam ruang publik, terutama melalui media sosial dan budaya populer global yang dikonsumsi oleh generasi muda. Di satu sisi, masyarakat Indonesia masih memiliki nilai sosial dan budaya yang relatif normatif terhadap identitas gender. Di sisi lain, arus globalisasi budaya melalui media digital memperkenalkan berbagai bentuk ekspresi gender yang lebih fleksibel. Kondisi ini menciptakan makna yang menarik untuk dikaji, khususnya pada kelompok audiens muda yang aktif mengonsumsi budaya populer seperti K-Pop.

Penelitian ini penting karena perempuan merupakan penggemar utama K-Pop yang aktif dalam membangun narasi budaya melalui media sosial. Berdasarkan hasil Survei Hallyu Luar Negeri 2024 yang dilakukan oleh Kementerian Kebudayaan Korea Selatan bersama KOFICE. Hasil survei menunjukkan tingkat ketertarikan warga Indonesia pada aspek – aspek budaya Korea Selatan sebesar 86,3%, lebih tinggi dibandingkan negara lain seperti India, Thailand, UEA dan Vietnam (Irhamni, 2024). Survei tersebut juga menunjukkan bahwa perempuan muda menjadi kelompok yang paling aktif dalam mengonsumsi dan mendiskusikan konten K-Pop di ruang digital. Maka, analisis terkait pemaknaan audiens perempuan dinilai penting guna memahami bagaimanakah konsep *genderless* dalam budaya populer global dinegosiasikan dalam konteks sosial dan budaya lokal di Indonesia.

Secara akademik, penelitian ini memberikan andil pada pengembangan telaah media, kebudayaan populer, serta identitas gender dengan menempatkan audiens sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan makna. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada bagaimana media merepresentasikan konsep *genderless*, tetapi juga menelaah bagaimana audiens perempuan memaknai, menerima, atau bahkan menolak representasi tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan teori resepsi Stuart Hall dalam memahami fenomena budaya populer global sekaligus memperkaya diskursus mengenai dekonstruksi gender dalam kajian komunikasi dan media.

Berdasarkan uraian di atas, riset ini memiliki tujuan untuk melaksanakan analisis terkait resepsi audiens perempuan terhadap dekonstruksi gender dalam konsep *genderless* yang diusung oleh grup K-Pop XLOV dengan mengidentifikasi posisi pemaknaan audiens serta faktor-faktor yang memengaruhi proses interpretasi tersebut, termasuk peran media sosial dalam membentuk

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

konstruksi gender. Oleh karena itu, rumusan permasalahan pada riset ini ialah bagaimana resepsi audiens perempuan terhadap dekonstruksi gender dalam konsep *genderless* yang diusung oleh grup K-Pop XLOV.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan menggunakan perspektif konsep resepsi Stuart Hall guna mendalami bagaimanakah audiens perempuan menafsirkan konsep *genderless* yang ditampilkan oleh XLOV. Penelitian kualitatif adalah cara penelitian yang digunakan untuk memahami dan mengeksplorasi lebih detail terkait perihal yang berhubungan dengan masyarakat, budaya atau manusia (Suyitno, 2020). Pendekatan kualitatif digunakan karena fokusnya untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan sesuai dengan konteks mengenai suatu fenomena berdasarkan sudut pandang para partisipan, sehingga peneliti dapat memahami konteks dan makna melalui pengalaman langsung subjek (Safarudin et al., 2023).

Pendekatan resepsi dalam riset ini mengacu kepada model *encoding* (proses penyampaian pesan) dan *decoding* (proses pemaknaan pesan) yang dikemukakan oleh Stuart Hall. *Encoding* merupakan proses ketika pembuat pesan mengemas ide, makna, dan gagasan ke dalam bentuk simbol atau kode yang kemudian disampaikan melalui media. Sementara itu, *decoding* adalah proses ketika audiens sebagai penerima pesan menafsirkan serta memahami pesan yang telah dikodekan oleh pembuatnya (Pronzato, 2024). Menurut Stuart Hall, proses *decoding* yang dilakukan audiens dapat terjadi melalui tiga posisi penerimaan, yakni: (1) *dominant-hegemonic position*, yaitu kondisi ketika audiens mendapatkan pesan selaras dengan substansi yang ditujukan oleh pengirim pesan; (2) *negotiated position*, yaitu ketika audiens mendapatkan sejumlah pesan tetapi menyesuaikan ataupun menolak beberapa makna berlandaskan pada pengalaman serta nilai yang dimiliki; serta (3) *oppositional position*, yaitu ketika audiens menolak substansi dominan serta menafsirkan pesan menggunakan yang berbeda atau bahkan berseberangan dengan substansi pengirim pesan. Teori resepsi Stuart Hall sejalan untuk digunakan dalam penelitian ini karena konsep *genderless* yang ditampilkan oleh XLOV tidak bersifat tunggal dalam pemaknaannya, melainkan membuka ruang bagi berbagai interpretasi dari audiens. Perbedaan latar belakang sosial, budaya, serta pengalaman personal audiens perempuan memberikan kemungkinan hadirnya variasi penafsiran terkait representasi gender yang ditampilkan oleh grup tersebut.

Metode pengambilan sampel dalam riset ini memakai *purposive sampling*, yakni teknik

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

penentuan informan dengan sengaja yang berlandaskan pada kriteria spesifik yang disesuaikan dengan tujuan riset. Total sampel pada riset berikut mencakup sembilan informan perempuan. *Purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel non-probabilitas yang dilakukan dengan memilih individu atau kelompok secara selektif berdasarkan pertimbangan peneliti mengenai kesesuaiannya dengan fokus penelitian (Firmansyah & Dede, 2022).

Penentuan sumber data dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan beberapa kriteria agar informan yang dipilih benar-benar memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Kriteria tersebut meliputi: (1) berjenis kelamin perempuan, karena penelitian ini berfokus pada resepsi audiens perempuan terhadap konsep *genderless*; (2) berusia 20–25 tahun, yang termasuk dalam kelompok generasi muda yang aktif mengonsumsi budaya populer digital, khususnya K-Pop; (3) mengetahui dan mengikuti aktivitas grup XLOV sehingga memiliki pengalaman langsung dalam mengakses konten yang berkaitan dengan konsep *genderless* yang diusung grup tersebut; dan (4) terlibat aktif dalam diskusi atau konsumsi konten terkait XLOV di media sosial atau forum daring seperti *TikTok*, *X Twitter*, *Instagram*, atau platform digital lainnya. Kriteria tersebut digunakan untuk memastikan bahwa sumber data yang dipilih memiliki kedekatan dengan objek penelitian serta mampu memberikan informasi yang relevan mengenai proses pemaknaan terhadap konsep *genderless* yang ditampilkan oleh XLOV.

Data yang dimanfaatkan pada riset ini mencakup dua tipe, yakni data primer serta sekunder. Data primer didapatkan melalui proses wawancara bersama para responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Dalam penghimpunan data, riset ini memakai metode wawancara semi-terstruktur. Metode berikut dilakukan dengan memakai pedoman pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya sebagai acuan dasar, namun pelaksanaannya tetap memberikan ruang bagi peneliti untuk mengembangkan pertanyaan secara lebih fleksibel. Dengan demikian, peneliti dapat menyesuaikan alur diskusi sesuai dengan respons dan dinamika yang muncul selama proses wawancara berlangsung sehingga informasi yang didapatkan bisa ditelusuri dengan lebih terperinci (Iba & Wardhana, 2024). Wawancara dilakukan pada bulan Desember 2025 sampai Januari 2026. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan langsung maupun daring. Guna mempermudah dan memastikan kelancaran proses pengambilan data, peneliti menggunakan alat perekam sebagai *recorder* sehingga seluruh informasi yang disampaikan responden dapat terdokumentasi dengan baik.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder sebagai data pendukung untuk melengkapi hasil penelitian. Data sekunder diperoleh melalui proses observasi terhadap aktivitas diskusi dan konten terkait XLOV di media sosial, serta melalui dokumentasi berupa artikel, gambar, atau arsip digital yang berkaitan dengan representasi konsep *genderless* pada grup tersebut. Observasi dilakukan untuk memperoleh pemahaman tambahan mengenai konteks interaksi audiens di ruang digital, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai sumber data yang dapat memperkuat temuan penelitian (Romdona et al., 2025).

Metode analisis data pada riset ini memakai model analisis interaktif yang digagas Miles dan Huberman. Model tersebut mencakup beberapa langkah analisis yang saling berkaitan dan dilakukan secara berkelanjutan selama proses penelitian berlangsung. Miles et al. (2014) dalam buku *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* menerangkan bahwasanya analisis data kualitatif meliputi tiga langkah esensial, yakni reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu proses penyeleksian, penyederhanaan, serta memfokuskan data yang didapatkan melalui perolehan wawancara, alhasil hanyalah informasi yang sesuai dengan tujuan riset yang digunakan. Pada tahap ini, peneliti juga melakukan verifikasi ulang kepada responden untuk memastikan keakuratan data yang diperoleh. Langkah kedua ialah penyajian data, yakni proses mengorganisasi data yang sudah dipilih dan dikelompokkan ke dalam format yang lebih sistematis, seperti narasi, tabel, atau dokumen pendukung lainnya. Penyajian data ini bertujuan agar peneliti maupun pembaca dapat memahami hasil penelitian secara lebih jelas dan terstruktur. Tahap ketiga ialah penarikan kesimpulan, yakni proses merumuskan makna pada data yang sudah dianalisis. Penarikan kesimpulan tidak semata-mata dikerjakan pada akhir riset, namun dilaksanakan dengan berkelanjutan selama proses penghimpunan dan analisis data berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dilaksanakan oleh peneliti dari bulan Desember 2025 hingga Januari 2026. Responden penelitian berjumlah sembilan audiens perempuan yang memiliki kedekatan dengan budaya K-Pop dan pernah mengakses konten XLOV. Prosedur pengumpulan data dilaksanakan menggunakan wawancara bertatap muka dan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

wawancara melalui WhatsApp. Setiap responden diberi kode A1 sampai A9 untuk menjaga kerahasiaan identitas sekaligus memudahkan analisis resepsi, secara detail dipetakan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Profil Singkat Responden

Kode	Media wawancara	Sikap awal terhadap konsep <i>genderless</i>	Catatan paparan awal XLOV
A1	Tatap muka	Netral	Mengenali pola konsep serupa pada K-Pop, tidak terkejut
A2	WhatsApp	Netral	Bingung, membutuhkan waktu memahami konsep
A3	WhatsApp	Netral	Kaget dan penasaran, kemudian bersikap hati-hati
A4	Tatap muka	Setuju	Menilai konsep segar, memaknai sebagai kebebasan ekspresi
A5	Tatap muka	Netral	Kaget pada perubahan visual, menempatkan sebagai konsep artistik
A6	WhatsApp	Menolak	Menilai klaim <i>genderless</i> problematik dan berisiko sosial
A7	WhatsApp	Netral	Kaget lalu muncul rasa hormat, condong setuju
A8	Tatap muka	Menolak	Menganggap konsep tidak selaras dengan norma yang dianut
A9	WhatsApp	Netral	Mempertanyakan motif, membaca sebagai strategi pemasaran

Sumber: Olahan peneliti, 2026.

Resepsi Awal terhadap Genderless XLOV

Responden menampilkan spektrum respons awal yang bergerak antara keterkejutan, kebingungan, ketertarikan, hingga penolakan. Respons keterkejutan muncul ketika penanda feminin dan maskulin hadir secara simultan pada tubuh idol dan ditopang klaim identitas *genderless* yang eksplisit. Responden A7 menggambarkan keterkejutan karena konsep dinilai “berbeda” dibanding standar *boygroup* yang tetap menegaskan citra laki-laki, meskipun mengadopsi *soft masculinity*. Responden A2 dan A3 menekankan kebingungan kognitif pada tahap awal karena kategori visual yang biasa dipakai untuk membaca gender terasa tidak stabil.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Responden A8 menempatkan keterkejutan sebagai bentuk ketidaknyamanan karena konsep dianggap “tidak jelas” dan mengaburkan arah identitas.

Pengalaman panjang sebagai penikmat K-Pop membentuk toleransi awal pada sebagian responden. Responden A1 dan A6 menyatakan ketidakterkejutan karena praktik gaya feminin pada idol laki-laki pernah terlihat pada grup lain sebagai bagian konsep panggung. Perbedaan muncul ketika XLOV menambahkan klaim *genderless* sebagai label identitas, bukan sekadar gaya. Responden A9 menambahkan kekaguman atas keberanian sekaligus keraguan terhadap motif, karena konsep dibaca berpotensi menjadi strategi *branding* untuk menciptakan pembeda pasar dan memicu *viral*.

Pemetaan Posisi Resepsi Stuart Hall

Melalui kerangka analisis *encoding dan decoding* Stuart Hall, interpretasi responden terhadap pesan media dikategorikan ke dalam tiga posisi resepsi, yakni *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading*, serta *oppositional reading*. Pemetaan menunjukkan dominasi posisi negosiasi, karena sebagian besar responden menerima konsep sebagai ekspresi artistik tetapi mempertahankan batas nilai gender pada kehidupan sehari-hari. Posisi dominan muncul ketika responden menerima pesan *genderless* sebagai kebebasan ekspresi yang sah serta memaknai dekonstruksi gender sebagai kemajuan tanpa memberikan syarat normatif yang kuat. Posisi oposisi muncul ketika responden menolak pesan *genderless* dan menilai konsep tersebut bertentangan dengan nilai sosial, budaya, atau keyakinan pribadi tentang pentingnya batas gender.

Tabel 2. Pemetaan Posisi Resepsi Responden

Posisi resepsi	Kode responden	Jumlah	Persentase
<i>Dominant-hegemonic reading</i>	A4	1	11,11%
<i>Negotiated reading</i>	A1, A2, A3, A5, A7, A9	6	66,67%
<i>Oppositional reading</i>	A6, A8	2	22,22%

Sumber: Olahan peneliti, 2026.

Responden A4 mewakili posisi dominan dengan penerimaan yang konsisten. Responden tersebut menilai konsep sebagai bentuk kreativitas industri K-Pop dan memandang perpaduan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

feminin-maskulin sebagai kebebasan seni yang tidak merugikan pihak lain. Responden A1, A2, A3, A5, A7, dan A9 menempati posisi negosiasi karena menyetujui unsur kebaruan dan kebebasan ekspresi pada level panggung, tetapi menempatkan identitas gender sebagai rujukan moral yang tetap dianggap penting. Responden A6 dan A8 berada pada posisi oposisi melalui penolakan eksplisit; konsep *genderless* dipahami sebagai bentuk pergeseran identitas yang berisiko serta tidak selaras dengan norma yang dipegang

Dampak Dekonstruksi Gender terhadap Pemaknaan Identitas Gender

Dampak dekonstruksi gender pada kehidupan sehari-hari tidak berjalan secara satu arah atau langsung berubah sepenuhnya. Responden yang berada pada posisi negosiasi cenderung mengalami perluasan sudut pandang pada aspek ekspresi luar, seperti gaya berpakaian atau penampilan tetapi tidak mengubah keyakinan tentang kategori gender. Responden A2 menyatakan konsep tersebut mendorong refleksi ulang bahwa busana dan riasan tidak memiliki gender yang melekat, meskipun batas gender tetap dipertahankan. Responden A3 dan A9 menekankan perbedaan antara ruang panggung dan realitas sosial, konsep XLOV diposisikan sebagai konstruksi visual industri hiburan sehingga tidak otomatis dipraktikkan pada kehidupan harian. Responden A5 menegaskan konsep dipahami sebagai “aksi panggung” sehingga tidak mengubah cara melihat pembagian peran gender yang dianggap lazim.

Responden A4 dan A7 menunjukkan dampak yang lebih progresif pada dimensi penilaian sosial terhadap orang lain. Responden A4 menilai konsep membantu melihat bahwa sisi feminin dan maskulin dapat dimiliki siapa saja dan memicu keterbukaan terhadap variasi ekspresi. Responden A7 menegaskan perubahan muncul pada tingkat fleksibilitas penilaian, karena atribut seperti *fashion*, *make-up*, dan gestur tidak dianggap memiliki label gender tetap. Pola tersebut menunjukkan bahwa dekonstruksi gender yang diterima responden tidak selalu berbentuk perubahan nilai identitas, melainkan sering hadir sebagai perubahan etika sosial dalam menilai penampilan orang lain.

Responden pada posisi oposisi tidak menunjukkan perubahan nilai. Responden A8 menyatakan keyakinan “perempuan tetap perempuan, laki-laki tetap laki-laki” sehingga konsep tidak memengaruhi pembacaan gender pada kehidupan sehari-hari. Responden A6 menambahkan argumen tentang pentingnya batas yang jelas karena perbedaan gender dipahami memiliki peran sosial yang berbeda. Penolakan tersebut menempatkan dekonstruksi gender sebagai ancaman

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

terhadap stabilitas identitas, bukan sebagai ruang kemungkinan .

Pemaknaan XLOV sebagai Pionir *Genderless*

Makna “pionir” menjadi titik penting yang membedakan penerimaan terhadap gaya androgini biasa dan penerimaan terhadap label *genderless* (Noviana, 2022). Responden A1 dan A6 menilai praktik gaya feminin pada idol laki-laki bukan hal baru pada K-Pop. Label *genderless* dipahami sebagai klaim yang menggeser makna, karena identitas grup tidak lagi berhenti pada estetika panggung, melainkan masuk ke wilayah nilai. Responden A6 melihat klaim tersebut problematik karena memindahkan isu gender ke ranah legitimasi sosial dan dipandang berpotensi menimbulkan dampak negatif, terutama pada perempuan.

Responden A4 memaknai status pionir sebagai inovasi yang memperluas kebebasan ekspresi dan menegaskan kreativitas industri. Responden A7 menilai keberanian mengambil risiko sebagai nilai positif, dengan catatan bahwa konsep tetap dibaca sebagai pilihan personal yang tidak memaksa audiens. Responden A2, A3, A5, dan A9 menampilkan pembacaan yang lebih ambivalen. Responden A2 mengakui keberanian konsep tetapi menegaskan jarak penerimaan karena identitas gender dipandang penting. Responden A9 membaca label pionir melalui kacamata strategi *marketing* dan diferensiasi pasar, sehingga status pionir tidak otomatis dimaknai sebagai kemajuan sosial, status tersebut juga dapat dimaknai sebagai logika industri untuk membangun perhatian publik.

Peran Media Sosial dalam Proses Pemaknaan Konsep *Genderless*

Media sosial menjadi ruang utama pembentukan pemahaman responden tentang konsep *genderless*. Paparan konten berupa *fan edit*, *reaction video*, komentar, dan perdebatan menciptakan arus makna yang memperkaya sekaligus memecah tafsir. Responden A4 menyatakan penjelasan pada komentar membantu memahami konsep dan mendorong keterbukaan. Responden A2, A3, A7, dan A9 menggambarkan dinamika “maju-mundur” karena paparan opini yang beragam memicu refleksi ulang, bukan menghasilkan penerimaan tunggal. Responden A7 menyatakan media sosial membantu memahami konteks, kemudian meningkatkan toleransi pada penampilan yang tidak sesuai ekspektasi gender.

Media sosial juga berperan sebagai penguat sikap penolakan. Responden A8 menegaskan paparan yang berulang membuat konsep terlihat semakin ditonjolkan sehingga ketidaknyamanan menguat. Responden A6 menjelaskan media sosial meningkatkan pengetahuan tentang arah

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

konsep, tetapi diskusi pada kolom komentar justru memicu sikap lebih kritis terhadap normalisasi *genderless*. Pola tersebut menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai arena negosiasi makna, ruang tersebut dapat memperluas literasi konsep sekaligus mempertegas resistensi.

Hasil penelitian menunjukkan resepsi awal audiens perempuan terhadap konsep *genderless* XLOV cenderung diawali rasa “kaget” dan “bingung” karena penampilan yang memadukan feminin-maskulin dalam satu waktu mengganggu kerangka gender biner yang selama ini dianggap “normal”. Responden A2 menyatakan butuh waktu untuk “nyerna” karena visual XLOV terlihat feminin namun tetap ditampilkan sebagai grup laki-laki, sedangkan responden A3 menekankan kebingungan menangkap arah konsep meski muncul rasa penasaran. Responden A8 juga menegaskan kebingungan yang berujung ketidaknyamanan karena mengharapkan maskulin-feminin tampil tegas, bukan bercampur. Pola ini sejalan dengan Handayani et al.(2025), yang mengungkapkan bahwa konseptualisasi *genderless* sebagai ekspresi identitas gender yang tidak terikat kategori tradisional laki-laki atau perempuan. Pergeseran makna yang dialami responden menggambarkan praktik pemaknaan yang tidak tunggal dan terus bergerak, sehingga simbol visual XLOV dapat dipahami berlapis dan berubah mengikuti konteks pengalaman audiens.

Resepsi terhadap dekonstruksi gender XLOV kemudian terpetakan pada tiga posisi pemaknaan yang tampak melalui cara responden menerima atau menolak pesan identitas gender yang ditawarkan: dominan, negosiasi, dan oposisi. Responden A4 berada pada penerimaan yang cenderung dominan karena memaknai konsep XLOV sebagai “kebebasan berekspresi” dan melihatnya sebagai sesuatu yang “fresh”. Responden A1 dan A3 memperlihatkan posisi negosiasi karena tetap menikmati karya/performans XLOV, tetapi menahan penerimaan pada batas tertentu; A1 menilai konsep itu “inovasi” namun “kurang sreg” ketika feminitas dianggap terlalu dominan, lalu menegaskan kesimpulan dirinya berada di posisi negosiasi, sedangkan A3 menilai konsep itu bentuk ekspresi industri hiburan namun tidak sepenuhnya *relate* dengan identitas yang dianut sehingga memilih “di tengah-tengah”. Pernyataan berbeda muncul pada responden yang oposisi, seperti A6 yang menilai konsep tersebut bukan bentuk kebebasan berekspresi dan A8 yang menolak karena dianggap tidak sesuai norma yang dianut. Variasi ini memperlihatkan bagaimana pesan yang sama dapat di-*decode* berbeda akibat negosiasi pengalaman dan nilai personal, sejalan dengan penelitian Aligwe et al., (2018) yang menekankan bahwa pemaknaan *encoding–decoding* sebagai proses pengemasan simbol oleh produsen dan penafsiran ulang oleh audiens. Keragaman

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

posisi tersebut juga sejalan dengan pemetaan posisi resepsi Stuart Hall yang membedakan penerimaan penuh, penerimaan parsial-penyesuaian, dan penolakan berlawanan (Murji, 2022).

Dampak dekonstruksi gender XLOV pada norma harian dan peran media sosial tampak tidak bekerja seragam, karena sebagian responden memisahkan identitas panggung dari identitas sosial sehari-hari. Responden A1 menegaskan nilai personal tentang batas “cowok-cewek” tidak berubah karena konsep XLOV dipandang sebagai bagian “kerja” dan “formalitas” agensi, sedangkan responden A3 menyebut konsep itu menambah sudut pandang tetapi tidak menggeser nilai dasar dan batasan kehidupan sehari-hari. Pengaruh media sosial memperlihatkan arah yang berlawanan: responden A6 menyatakan paparan konten di TikTok/Instagram/YouTube justru menguatkan penolakan karena konsep *genderless* terlihat makin sengaja ditonjolkan, sementara responden A7 menyebut konten seperti *fan edits* dan *reaction video* membantu memahami sehingga muncul penerimaan yang lebih terbuka dibanding awalnya. Perbedaan ini menunjukkan ruang digital bukan sekadar saluran distribusi, melainkan arena negosiasi makna yang dapat memperkuat penerimaan atau justru mempertegas penolakan, sejalan dengan penjelasan Sitorus et al. (2025), yang menekankan kemajuan teknologi digital mempercepat penyebaran budaya Korea dan membentuk dinamika interpretasi lintas budaya di kalangan penggemar.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pribadi, latar belakang sosial budaya, nilai yang dianut, serta intensitas konsumsi media sosial berperan dalam membentuk pemaknaan audiens perempuan terhadap dekonstruksi gender dalam konsep *genderless* grup K-Pop XLOV. Proses *decoding* menjadi penting untuk dikaji karena melalui proses inilah audiens menafsirkan pesan mengenai identitas gender yang telah dikonstruksi oleh industri hiburan.

Penerapan teori resepsi Stuart Hall digunakan untuk mengidentifikasi posisi pemaknaan audiens yang terbagi ke dalam tiga kategorisasi, yakni dominan, negosiasi, serta oposisi. Temuan riset menunjukkan bahwasanya kebanyakan responden berada pada posisi *negotiated reading*, yaitu menerima konsep *genderless* sebagai kebebasan berekspresi dalam konteks artistik, namun tetap mempertahankan batasan nilai gender dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian responden lainnya berada pada posisi *oppositional reading* karena menilai konsep tersebut mengaburkan batas identitas gender dan tidak sesuai dengan norma yang mereka yakini. Sementara itu, hanya

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

sebagian kecil responden yang menempati posisi *dominant hegemonic reading* dengan menerima konsep *genderless* secara utuh sebagai bentuk perkembangan sosial dalam memahami identitas gender.

Hasil riset ini mengindikasikan bahwasanya audiens perempuan tidak sekadar bertindak sebagai pihak yang menerima pesan media, namun juga selaku subjek yang secara aktif menafsirkan dan membangun makna melalui pengalaman, nilai, dan kondisi sosial yang mereka alami. Media sosial juga berfungsi sebagai ruang diskusi dan negosiasi makna, yang dapat memperluas penerimaan maupun memperkuat sikap penolakan terhadap konsep *genderless*. Dengan demikian, dekonstruksi gender dalam konsep *genderless* XLOV menghasilkan pemaknaan yang beragam dan kontekstual. Fenomena ini menunjukkan kesesuaian dengan teori resepsi yang menjelaskan bahwa makna pesan media tidak sepenuhnya dikontrol oleh pihak yang memproduksi pesan, melainkan dihasilkan kembali melalui proses penafsiran audiens yang terpengaruh oleh konteks sosial, kebudayaan, serta pengalaman personal mereka.

Secara akademis, penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya pada bidang studi resepsi audiens dan budaya populer, dengan menunjukkan bagaimana konsep gender yang direpresentasikan dalam media global dimaknai secara beragam oleh audiens dalam konteks sosial dan budaya lokal. Penelitian ini juga memperluas penerapan teori resepsi Stuart Hall dalam menganalisis fenomena budaya populer kontemporer yang berkaitan dengan isu identitas gender. Selain itu, secara praktis penelitian ini memberikan wawasan bagi masyarakat, khususnya generasi muda dan pengguna media sosial, untuk memahami bahwa representasi gender dalam media tidak selalu dimaknai secara tunggal, melainkan melalui proses negosiasi makna yang dipengaruhi oleh nilai, pengalaman, dan konteks sosial yang berbeda. Melalui temuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat mendorong lahirnya pembahasan yang lebih kritis dan reflektif mengenai konstruksi dan representasi gender dalam budaya populer di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aligwe, H. N., Nwafor, K. A., & Alegu, J. C. (2018). Stuart Hall's Encoding-Decoding Model : A Critique. *World Applied Sciences Journal*, Vol. 36(No. 9), 1019–1023. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2018.1019.1023>
- Belinda, B. C. (2022). Persepsi dan Reaksi Generasi Z Terhadap Fenomena Gender Fluid dan Gaya

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

- Fesyen Androgini. *LINIMASA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, Vol. 5(No. 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/linimasa.v5i2.4569>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik*, Vol.1(No. 2), 85–114. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Handayani, L., Mahdalena, V., BP, R. L., & Uljanatunnisa. (2025). Dinamika Gender dalam Ruang Digital. *Global Komunika*, Vol. 8(No. 2). <https://ejournal.upnvj.ac.id/GlobalKomunika/article/view/11359>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Metode Penelitian*. https://www.researchgate.net/publication/382052387_Wawancara_Kuesioner_dan_Observasi
- Irhamni, M. A. F. (2024). *Survei Korean Wave: Indonesia Jadi Negara Pusat Hallyu dengan Antusiasme Budaya Korea Tertinggi di Dunia*. goodstats. <https://goodstats.id/article/survei-korean-wave-indonesia-jadi-negara-pusat-hallyu-dengan-antusiasme-budaya-korea-tertinggi-di-dunia-9f0mf>
- Kusniawan, W., Efendi, E., Candra, W., & Zein, P. R. (2023). Dampak Korean Wave (Hallyu) Bagi Budaya Indonesia Sebagai Dampak Dari Globalisasi Media. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 561–569. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7684718>
- M, A., & Ridho, M. (2024). Teori Dekonstruksi Jacquens Derrida. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 8(No. 3), 49764–49769. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/23689>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Jhonny, S. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3*.
- Murji, K. (2022). An interventionist sociologist: Stuart Hall, public engagement and racism. *The Sociological Review*, Vol. 70(No. 5), 901–915. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/00380261221108584>
- Mutiara, D. (2022). Deskonstruksi Stereotype Maskulin Iklan Produk Kosmetik dalam Video Iklan Ms Glow for Man #semuajugabisa. *Medium: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Univeristas Islam Riau*, Vol. 10(No. 1), 214–234. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(2\).9202](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(2).9202)
- Noviana, F. (2022). Genderless Danshi Phenomenon and Gender Identity in Japan. *International Seminar on Language, Education, and Culture (ISoLEC)*, Vol. 6(No. 1), 60–63. <https://conference.um.ac.id/index.php/isolec/article/view/3804/2209>
- Pronzato, R. (2024). Enacting Algorithms Through Encoding and Decoding Practices. *Italian Sociological Review*, Vol. 14(No. 10S), 531–552. <https://doi.org/https://doi.org/10.13136/isr.v14i10S.739>
- Purba, H., Utami, K., Aristi, S. M., & Soetandijo, V. J. (2023). Menganalisa Perkembangan Budaya Korea dan Pengaruhnya Melalui Perpektif Teori Komunikasi: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 1, 110–123. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pdfs.semanticscholar.org/06c1/76175211e5d817e32f86c9a05ae10df4db61.pdf>
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, Vol. 3(No. 1), 39–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.61787/taceee75>
- Safarudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol. 3(No. 2), 9680–9694. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

- Sitorus, S. D., Nalle, A. C. K., Tarigan, N. C. A., Iman, R. N., Situmeang, A. L., & Setiawan, A. (2025). Hallyu Di Tingkat Lokal: Representasi Budaya Korea Dalam Aktivitas Komunitas Kpop Kota Malang. *Jurnal Penelitian Nusantara*, Vol. 1(No. 12), 862–870. <https://doi.org/https://doi.org/10.59435/menulis.v1i12.872>
- Suyitno. (2020). Analisis Data Dalam Rancangan Penelitian Kualitatif. *AKADEMIKA*, Vol. 18(No. 1), 49–57. https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrjJtUWlx5p8kIAbcNXNyoA;_ylu=Y29sbwNncTEEcG9zAzMEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1764822038/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fjurnal.stieimalang.ac.id%2Findex.php%2Fjak%2Farticle%2Fdownload%2F54%2F53/RK=2/RS=_BkHUSStWyMfIQcXjOWfEGIPa2c-
- Syamwakumala, R. R. N. H. S. (2024). Resepsi audiens terhadap “ Soft Masculinity ” Boygroup Kpop. *Lektur : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(No. 3). <https://journal.student.uny.ac.id/ilkom/article/view/23076/19328>
- Tabane, M., Lily, T., Nasim, V., & Dogan, I. (2025). When There is No He / She : A Cross-Cultural Analysis of Genderless Language Use and Its Impact on Gender Ideology. *Journal of Language and Social Psychology*, Vol. 44(No. 5), 623–681. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0261927X251326200>
- Xie, Y., Yasin, A. I. Bin, Alsaoff, S. A. B. S., & Ang, L. H. (2022). An Overview of Stuart Hall’s Encoding and Decoding Theory with Film Communication. *Multicultural Education*, 8(1), 190–198. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5894796>

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id