

ABSTRAK

Maskulinitas di media sosial menunjukkan ketidaksesuaian sikap gender seperti yang ditunjukkan media arus utama. Tiktok sebagai ruang interaksi mendorong pengguna untuk memproduksi konten, mereka melakukan ragam kreativitas dan turut memainkan peran penting dalam pembentukan ekspresi identitas gender. Perilaku tersebut turut menantang standar maskulinitas tradisional dan ortodoks. Creator laki-laki pada video tiktok telah dieksplorasi oleh peneliti semenjak bulan desember 2022-januari 2023 melalui netnografi observasional. Di dalam platform tersebut, laki-laki berinteraksi dengan mengkonstruksi identitas diri melalui trend digital pada platform baik remix, parodi, *remake*, imitasi musik, fashion /penampilan (*presence*), filter TikTok, dance hingga keberagaman viralitas konteks narasi. Mereka yang juga produsen konten turut berkontribusi dalam ekspansi budaya digital. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan representasi dan produksi pada maskulinitas baru oleh creator laki-laki melalui budaya digital dari pembuatan konten, Penelitian ini menganalisis tanda multimodal dengan data terdiri dari visual pada konten video TikTokers. Melalui modalitas visual konten TikTok, penelitian ini menemukan telah terjadi representasi maskulinitas baru melalui produksi konten dimana mereka menantang objektifikasi dengan subjektivikasi diri, bermain-main dengan identitas gender tanpa batasan budaya, melawan biner Gender (maskulinitas hegemonik) melalui budaya digital di TikTok, estetika dan penampilan tubuh maskulin dan *re-configuration* melalui keintiman, hingga menunjukkan apa yang disebut sebagai maskulinitas radikal dan maskulinitas baru.

Kata Kunci: TikTok, Digital culture, Semiotika, Multimodal, Gender, Maskulinitas, Maskulinitas baru.

ABSTRACT

Masculinity on social media shows the incongruity of gender attitudes, as shown by mainstream media. TikTok, as an interaction space, encourages users to produce content; they carry out a variety of creativity and play an important role in forming gender identity expressions. This behavior also challenges traditional and orthodox standards of masculinity. Male creators of TikTok videos have been explored by researchers from December 2022-January 2023 through observational netnography. On this platform, men interact by constructing their identity through digital trends on the platform, including remixes, parodies, remakes, imitations of music, fashion/appearance (presence), TikTok filters, dance, and the diversity of virality in narrative contexts. Those who are also content producers also contribute to the expansion of digital culture. This research aims to show the representation and production of new masculinities by male creators through the digital culture of content creation. This research will analyze multimodal signs with data consisting of visuals in TikTokers' video content. Through the visual modality of TikTok content, this research found that there has been a new representation of masculinity where they challenge objectification with self-subjectification, playing with gender identity without cultural boundaries, cross the Gender binary (hegemonic masculinity) through digital culture on TikTok, aesthetics and masculine body appearance and re-configuration through intimacy, to show what is called radical masculinity and new masculinity.

Keywords: TikTok, Digital culture, Semiotics, Multimodal, Gender, Masculinity, New Masculinity.