

INTISARI

PERGESERAN NILAI MASKULINITAS *IDOL GROUP* JEPANG NANIWA DANSHI DAN KING & PRINCE

Maskulinitas sebagai sejumlah atribut dan peran yang dilekatkan kepada laki-laki, kemudian membentuk maskulinitas hegemonik yang menjadi standar ideal seorang laki-laki. Namun, saat ini maskulinitas hegemonik telah bergeser menjadi maskulinitas yang lebih dinamis. Maskulinitas ini salah satunya direpresentasikan melalui eksistensi *idol group* Jepang yang turut menggeser citra maskulinitas hegemonik dan membentuk maskulinitas alternatif baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji makna dan pergeseran nilai maskulinitas dalam *idol group* Naniwa Danshi dan King & Prince.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data yang diperoleh melalui video musik Naniwa Danshi dan King & Prince. Teori semiotika Roland Barthes digunakan untuk menganalisis pemaknaan mitos dalam video musik Naniwa Danshi dan King & Prince. Teori performativitas gender Judith Butler juga digunakan untuk menganalisis pergeseran maskulinitas yang ditampilkan *idol group* Naniwa Danshi dan King & Prince. Melalui analisis semiotika, ditemukan empat pemaknaan mitos maskulinitas dalam video musik tersebut, yaitu perwujudan laki-laki metroseksual, normalisasi *make up* bagi laki-laki, gaya berpakaian androgini, dan laki-laki sebagai sosok yang dapat mengekspresikan emosi dan afeksi. Sementara itu, melalui analisis performativitas gender ditemukan bahwa terdapat pergeseran maskulinitas dalam aspek identitas gender, atribut maskulinitas, serta adanya negosiasi maskulinitas melalui tindakan performatif.

Kata kunci: maskulinitas alternatif, *idol group*, semiotika, performativitas gender.

ABSTRACT

THE SHIFTING VALUES OF MASCULINITY IN IDOL GROUPS NANIWA DANSHI AND KING & PRINCE

Masculinity as a set of attributes and roles associated with men, then creates a hegemonic masculinity that becomes the ideal standard of a men. However, currently hegemonic masculinity has shifted to a more dynamic masculinity. One of these masculinities is represented through the existence of Japanese idol groups, which have also shifted the image of hegemonic masculinity and formed a new alternative masculinity. This research aims to analyze the meaning and shifting values of masculinity in idol groups Naniwa Danshi and King & Prince.

This research uses a descriptive qualitative method with data obtained through the music videos of Naniwa Danshi and King & Prince. Roland Barthes' semiotics theory is used to analyze the meaning of myths contained in Naniwa Danshi & King & Prince's music videos. Judith Butler's gender performativity theory is also used to analyze the shift in masculinity performed by idol groups Naniwa Danshi and King & Prince. Through semiotic analysis, four meanings of the myth of masculinity in the music videos were identified, namely the embodiment of metrosexual men, the normalization of make-up for men, androgynous dressing style, and men as figures who can express emotions and affections. Moreover, through gender performativity analysis, it is found that there is a shift in masculinity in the aspects of gender identity, masculinity attributes, and the negotiation of masculinity through performative acts.

Keywords: alternative masculinity, idol group, semiotics, gender performativity.

要旨

アイドルグループ「なにわ男子」と「キンプリ」における 男らしさの価値観の変遷

男性に付随する一連の属性や役割としての男らしさは、男性の理想的な基準になるという覇権的男性性を形成する。ところが現代、男らしさのモデルは覇権的男性性から、ダイナミック男らしさに変遷しつつある。日本のアイドルグループは現在の日本で流行している男らしさを表すシンボルの一つである。主要アイドルグループが目指す男らしさは覇権的男性性から変遷し、替わりとなる新たな男性性を形成した。本研究は、アイドルグループ「なにわ男子」と「キンプリ」における男らしさの意味と価値観の変遷を検証することを目的としている。

本研究は定性的記述法を使用し、「なにわ男子」と「キンプリ」のミュージックビデオを通じてデータを収集した。ロラン・バルテスの記号論理論を用いて、「なにわ男子」と「キンプリ」のミュージックビデオの神話のサインを分析した。「なにわ男子」と「キンプリ」の男らしさの変遷を分析するために、ジュディス・バトラーのジェンダー・パフォーマティヴィティ理論も用いた。記号論の分析から、ミュージックビデオにおける、四つの神話のサインが発見された。それらは、メトロセクシュアルな男性の体現、男性の化粧の常態化、中性的な着こなし方、感情と愛情を表現できる人物としての男性である。一方、ジェンダーのパフォーマティヴィティ分析を通じて、ジェンダー・アイデンティティと男性性の属性の変化が発見された。さらに、パフォーマティヴ・アクションの分析を通じて、男性性の変遷が受け入れられつつあることが明らかになった。

キーワード：オルタナティブな男性性、アイドルグループ、記号論、ジェンダー・パフォーマティヴィティ