

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi adalah “*a social process in which individuals employ symbols to establish and interpret meaning in their environment*”(West & Turner, 2018, h.5), yang berarti bahwa komunikasi adalah proses sosial dimana individu gunakan simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Komunikasi sendiri terbagi menjadi dua yaitu verbal komunikasi secara lisan, dan non-verbal komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata. Dalam komunikasi non-verbal, terdapat kategori artefak yang berarti “*Visually oriented non-verbal codes is artifacts such as physical appearance and manipulation of that appearance through clothing, jewelry , and other personal accessories*” (Trenholm & Jensen, 2009, h.69). Kutipan tersebut menjelaskan bahwa komunikasi itu dilihat melalui penampilan fisik, baju yang dipakai, dan perhiasan yang dapat digunakan. Dapat disimpulkan bahwa manusia juga berkomunikasi lewat cara berpakaian yang mereka inginkan dan tampilkan sehari-hari.

Gaya berpakaian atau *fashion* pasti akan selalu berkembang dan akan selalu digemari oleh banyak orang. *Fashion* sendiri merupakan sinonim dari dandanan, gaya, dan busana menurut Polhemus dan Procter (Barnard, 1996). Dengan *fashion*, komunikasi non-verbal dapat dilakukan dengan cara menyampaikan pesan dari apa

yang mereka tampilkan (Idi Subandy, 2007). Setiap orang mengekspresikan dan menunjukkan diri mereka yang sesungguhnya dari gaya berpakaian atau *fashion style* yang digunakan (Kumparan, 2022). Dengan begitu, “*fashion*” membuat setiap orang berpenampilan menarik untuk berkomunikasi secara non-verbal bagi orang yang melihat, dan juga membentuk cara pandang orang lain sebagaimana orang tersebut ingin dilihat, dan tentu saja masyarakat Indonesia juga tidak luput dengan *fashion*.

Salah satu perkembangan *fashion* yang telah masuk ke Indonesia merupakan *crossdresser* yang dilakukan oleh laki-laki. *Crossdresser* sendiri merupakan aksi dimana seseorang berpakaian tidak sesuai dengan jenis kelaminnya, melainkan berpakaian seperti lawan jenisnya (Republika, 2019). Hal ini berarti laki-laki tersebut mengenakan pakaian yang diperuntukkan bagi perempuan yang dapat berupa gaun, rok, *tank top*, dan pakaian wanita lainnya. Terdapat beberapa artis luar negeri dan dalam negeri yang pernah terlihat memakai pakaian tersebut adalah Jaden Smith, G-Dragon, dan Jefri Nichol yang dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1.1 Jaden Smith dengan Pakaian *Crossdresser*

Sumber: Dailymail, 2015



Gambar 1.2 G-Dragon dengan Pakaian *Crossdresser*

Sumber: Wolipop-detik.com, 2017



Gambar 1.3 Jefri Nichol dengan Pakaian *Crossdresser*

Sumber: Iddntimes.com, 2022

Mereka merupakan orang-orang yang memperhatikan dan peduli terhadap penampilan, dan oleh karena itu, mereka pastinya senang untuk mencoba berbagai macam gaya berpakaian yang menarik dan unik termasuk *crossdresser*.

*Crossdresser* sendiri berbanding terbalik dengan bagaimana seharusnya laki-laki dan perempuan berpenampilan, dimana seharusnya laki-laki berpenampilan maskulin dan perempuan berpenampilan feminim. Maskulin merupakan suatu konsep

terkait konstruksi sosial terhadap laki-laki yang mana diidentikan dengan kekuatan, kekerasan, ambisius, dan lainnya (Syulhajji, 2017). Oleh karena itu, laki-laki akan terlihat feminim jika mengenakan gaya berpakaian *crossdresser*, yang tentunya tidak sesuai dengan jati diri seorang laki-laki yang sudah seharusnya maskulin.

Sebenarnya sudah ada pergeseran makna maskulinitas pada laki-laki, dimana terdapat laki-laki metroseksual bagi mereka yang gemar memperhatikan dan merawat penampilan. Laki-laki metroseksual merupakan mereka yang merawat penampilan dan gaya mereka, mereka juga golongan laki-laki yang memiliki uang yang cukup banyak, tinggal di kota metropolitan yang menyediakan tempat-tempat seperti salon, spa, butik, restoran, dan lainnya (Handoko, 2004). Hal ini menandakan bahwa dengan berkembangnya zaman, laki-laki juga menjadi ikut memperhatikan penampilan mereka. Sekarang, *fashion* tidak hanya digemari oleh perempuan saja, namun laki-laki juga sudah dianggap biasa saja jika mereka gemar dengan *fashion*. Perubahan tersebut terjadi karena beragam budaya yang masuk ke Indonesia melalui media massa dan media sosial.

Televisi dan blog merupakan contoh media massa yang dapat digunakan untuk melihat *fashion style* baru seperti *crossdresser*. Media massa merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk mengirim pesan kepada khalayak yang luas seperti dengan melalui koran, televisi, majalah, dan lainnya (kompas.com, 2023). Seperti halnya televisi, maka berbagai macam gaya berpakaian dari berbagai macam budaya di seluruh dunia dapat disebarkan dengan mudah kepada masyarakat luas. Dapat

disimpulkan bahwa media massa berperan besar dalam membawa *fashion style* baru seperti *crossdresser*.

Selain media massa, terdapat Instagram, TikTok, Youtube, dan Pinterest yang merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk melihat *fashion style* dari berbagai negara. Media sosial merupakan media *online* dimana orang yang menggunakannya dapat berpartisipasi berbagi, menciptakan blog, forum, dan lainnya (Rohman, 2022). Melalui media sosial, maka orang-orang dengan berbagai macam *fashion* dapat membagikannya di media sosial yang mereka miliki dan sampai kepada masyarakat Indonesia. Selain dari perseorangan, banyak juga foto-foto artis terkenal yang tersebar luas di berbagai media sosial yang menunjukkan *fashion style* baru dan unik, dan kemudian menjadi populer di masyarakat luar maupun Indonesia. Selain media massa, media sosial juga berperan besar dalam membawa *fashion style* baru seperti *crossdresser*.

Akan ada berbagai macam pandangan yang muncul dari pesan yang disebarakan oleh media mengenai fenomena *crossdresser* tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh Stuart Hall, bahwa dalam proses penerimaan pesan, dapat terjadi perbedaan makna pada setiap orang karena mereka memiliki pemikiran, pengalaman, dan aspek lainnya yang berbeda-beda (Hall, 2001). Walaupun begitu, kita mengetahui bahwa perempuan sangat lekat dengan *fashion*, sebagian besar perempuan pasti gemar dengan pakaian dan memperhatikan apa yang mereka pakai, dan juga generasi muda dikatakan lebih berpikiran terbuka dan dapat menerima berbagai ide dan informasi baru yang tidak biasa dengan apa yang sudah mereka ketahui (Kompasiana.com, 2021). Oleh karena

hal tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis berbagai macam pandangan dari generasi muda yaitu Generasi Z, khususnya perempuan.

Diharapkan peneliti dapat menemukan bagaimana resepsi dari para perempuan Generasi Z terhadap laki-laki dengan gaya berpakaian *crossdresser*. Peneliti akan melihat mulai dari mereka menemukan fenomena yang mungkin tidak sesuai dengan budaya awal mereka, dimana seharusnya tampilan laki-laki adalah maskulin. Kemudian proses pemaknaan dimana terjadi penerimaan, negosiasi makna agar terjadi penerimaan, atau penolakan. Dalam proses pemaknaan pesan, akan ditemukan juga hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi mereka dalam menerima ataupun menolak fenomena tersebut. Tidak lupa juga akan diteliti terkait batasan-batasan yang dimiliki para perempuan, sejauh mana mereka dapat menerima gaya berpakaian laki-laki *crossdresser*.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Setiap hal yang kita lihat, pasti akan diterima dan diproses salah satunya dengan kebudayaan yang kita miliki. Budaya sendiri merupakan arena asli dari praktik, representasi, bahasa, dan kebiasaan dari masyarakat yang ada (Stuart Hall, 2001). Dapat disimpulkan bahwa budaya dapat menjadi sebuah dasar yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari dalam mencerna segala hal. Segala hal dapat diterima atau tidak diterima tergantung dari masing-masing individu mengolah sebuah informasi terkait dengan budaya yang mereka miliki. Salah satu hal yang terkait dengan budaya

adalah maskulin dan feminin, yang mana budaya sangat menjelaskan bagaimana gambaran maskulin dan feminin yang seharusnya ditampilkan dalam masyarakat.

Maskulin dan feminin sangat terkait dengan gender, yaitu maskulin terkait dengan laki-laki dan feminin dengan perempuan. Feminin biasa dikaitkan dengan kelembutan, perawatan wajah, mudah menangis dan lainnya (Parashakti, 2015). Sedangkan definisi maskulinitas menurut Chris Barker adalah *“In general terms, traditional masculinity has encompassed the values of strength, power, stoicism, action, control, independence, self-sufficiency, male camaraderie / mate-ship and work, amongst others”* (Barker, 2004, h.301). Dijelaskan bahwa maskulinitas tradisional terkait dengan kekuatan, kekuasaan, ketabahan, kendali, kemandirian, kepuasan diri, dan juga kesetiakawanan laki-laki, dan dapat dipahami jika maskulinitas sama sekali tidak menunjukkan bahwa laki-laki harus memperhatikan dan merawat penampilan melainkan hal tersebut terkait pada perempuan. Dapat disimpulkan bahwa budaya yang dipegang masyarakat Indonesia pada awalnya berbeda dengan apa yang ditampilkan oleh laki-laki metroseksual khususnya yang melakukan *crossdresser*.

Namun, pengertian maskulin dan feminin dalam tiap budaya pasti memiliki perbedaannya masing-masing, salah satunya adalah perbedaan yang ada dalam tata cara berpakaian laki-laki dan perempuan. Salah satu contohnya adalah aturan berpakaian di Aceh yang mana perempuan dan laki-laki harus berpakaian dengan menutup aurat, yang mana aurat merupakan bagian dari tubuh yang harus ditutupi dari pandangan orang lain (Lubis, Novita, & Fadhilah, 2023). Sangat berbeda dengan

budaya di Jakarta yang mana peraturan dalam memakai pakaian tidak seketat itu, orang-orang dapat lebih mengekspresikan diri mereka melalui pakaian apa saja yang mereka inginkan. Bahkan ada juga laki-laki yang melakukan *crossdresser* namun tetap di terima oleh masyarakat, salah satu laki-laki tersebut adalah Keanu Angelo yang merupakan seorang selebriti Instagram (Suara.com, 2021). Dapat disimpulkan bahwa akan ada perbedaan aturan dalam berpakaian di tiap budaya, akan ada juga batasan-batasan yang berbeda dalam berpakaian.

Fenomena laki-laki *crossdresser* sudah cukup sering ditemui di berbagai media. Banyak orang-orang terkenal dari berbagai negara yang mengenakan pakaian tersebut. Dapat dilihat sebagai berikut bahwa Jefri Nichol aktor asal Indonesia dan juga Jaden Smith seorang aktor, *rapper*, dan penulis lagu asal Amerika Serikat yang diberitakan mengenakan *fashion crossdresser* tersebut:



Gambar 1.4 Berita Jefri Nichol dengan Pakaian *Crossdresser*

Sumber: Liputan6.com, 2022



### Jaden Smith Ungkap Alasan Sering Pakai Rok Wanita



Gambar 1.5 Berita Jayden Smith dengan Pakaian *Crossdresser*

Sumber: Fimela.com, 2018

Dapat disimpulkan bahwa memang fenomena laki-laki *crossdresser* benar adanya, dan tidak sedikit laki-laki yang sudah mencoba gaya *fashion* tersebut. Namun, *crossdresser* sebenarnya tidak muncul baru-baru ini, tapi sudah ada jauh sebelum itu.

*Crossdresser* memang belum lama meramaikan dunia kembali. Tetapi, *crossdresser* sebenarnya sudah ada sejak zaman peperangan (Stoyle, 2018). Dalam dunia *fashion*, *crossdresser* muncul pada tahun 1930an, namun gaya *fashion* tersebut baru diperhatikan pada tahun 1966 saat *brand* Yves Saint Laurent menampilkan gaya *fashion* tersebut (Tirto.id, 2019). Walaupun banyak laki-laki yang mengenakan gaya berpakaian *crossdresser* karena ingin mencoba berbagai gaya baru, tidak sedikit juga dari mereka yang menyimpang dan mengarah kepada LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender). Seperti contohnya Sam Smith, penyanyi asal Inggris yang tampil sebagai laki-laki tulen, namun mengaku gay, dan beberapa tahun ini ia berubah drastis dengan selalu memakai gaya *fashion crossdresser* (Suara.com, 2019). Namun, dalam penelitian ini hanya akan difokuskan kepada laki-laki tulen yang mengenakan gaya berpakaian tersebut karena ketertarikannya dengan *fashion*, dan keinginannya dalam

berpenampilan menarik serta unik, peneliti tidak akan membahas mengenai laki-laki *crossdresser* yang mengarah kepada penyimpangan.

Perempuan memang sudah dikenal lekat dengan *fashion*, tetapi para perempuan tersebut juga pastinya memiliki budaya, dan berpakaian sesuai dengan aturan dari budaya mereka masing-masing. Mengenai fenomena *crossdresser*, pastinya fenomena ini merupakan hal yang cukup asing jika dilihat melalui budaya mereka, karena identitas dari gaya berpakaian *crossdresser* saja sudah terbalik dari laki-laki yang seharusnya maskulin tetapi memakai identitas pakaian yang feminin. Sedangkan, perempuan seharusnya menginginkan laki-laki maskulin seperti yang dijelaskan oleh Kaplan, bahwa terdapat hasrat untuk memandangi dan terdapat kesenangan dari pandangan dimana perempuan juga memiliki keinginan atas apa yang dapat dilihat, yang dapat dilihat dari kutipan berikut, “untuk memiliki dan menghidupkan tatapan adalah pada posisi maskulin” (Kaplan, 1984, h.331). Oleh karena hal tersebut, walaupun para perempuan sudah terbiasa dengan berbagai macam *fashion*, tetap akan ada berbagai macam penilaian dari para mereka khususnya para generasi muda terkait laki-laki *crossdresser*.

Sebelumnya sudah dijelaskan bahwa generasi muda dikatakan memiliki cara berpikir yang lebih terbuka, dimana mereka lebih dapat menerima berbagai macam ide dan informasi yang tidak sesuai dengan pemahaman awal mereka. Generasi muda yang termasuk ke dalam Generasi Z merupakan mereka yang berumur 13 sampai 24 tahun, mereka merupakan generasi yang lekat dengan kemajuan teknologi, dan sejak kecil

Generasi Z sudah menggunakan berbagai macam jenis alat elektronik untuk menggunakan media sosial dalam berkomunikasi, mengekspresikan diri, dan bersosialisasi (Firamadhina & Krisnani, 2020). Oleh karena hal tersebut, para Generasi Z pastinya sudah lebih sering menemukan beragam hal yang berbeda dari budaya yang mereka miliki.

Terdapat penelitian berjudul “Analisis Framing Identitas Diri Penganut *Cross-Dresser* dan *Cross-Hijabers* Melalui Media Online Detikcom” yang dibuat oleh Nur Halimah Asri Br Penarik pada tahun 2021. Penelitian tersebut ingin menjelaskan skema *framing* yang dibentuk dari platform media *online* Detikcom dan juga ingin mengetahui identitas dari para penganut *crossdresser* dan *crosshijaber*, selain itu penelitian ini juga ingin menghilangkan *stereotype* negatif para pelaku *crossdresser* dan *crosshijaber*. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa berita mengenai *crossdresser* dan *crosshijaber* melalui media *online* Detikcom merupakan upaya untuk menepis isu negatif terkait penganutnya dalam masyarakat, juga untuk membangun opini positif terkait *crossdresser* dan *crosshijaber*, menghapus *stereotype* negatif mengenai *crossdresser* dan *crosshijaber* terkait LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender), dan menjelaskan bahwa media *online* memiliki ciri khas masing-masing dalam meringkai sebuah berita (Penarik, 2021). Perbedaan dari penelitian tersebut merupakan fokus penelitian lebih kepada isi berita yang dibuat oleh media dan teori yang digunakan yang mana menggunakan teori *framing* dari Robert Entmant mengenai

terkait media *online*, sedangkan dalam penelitian ini akan lebih difokuskan kepada penerima pesan dari media dan juga menggunakan teori resepsi dari Stuart Hall.

Penelitian kedua merupakan penelitian yang dibuat oleh Fransisca Jovinca Mega Kristiani Mulyanoputri pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Terpaan Konten *Cross-Dresser Dance Cover* Terhadap Persepsi *Followers* Akun Media Sosial Instagram @Warscholl\_dc”. Penelitian tersebut ingin menunjukkan bagaimana pengaruh dari konten *crossdresser dance cover* yang dilakukan oleh laki-laki terhadap persepsi dari para *followers* di akun sosial media Instagram @warscholl\_dc. Penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*). Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa konten pada akun Instagram @warschool\_dc menciptakan pengaruh yang positif kepada persepsi *followers* terkait dengan konten *crossdresser dance cover* yang dilakukan oleh laki-laki (Mulyanoputri, 2023). Perbedaan dari penelitian tersebut merupakan pendekatan yang digunakan dimana menggunakan pendekatan kuantitatif dan teori S-O-R, dimana penelitian tersebut lebih melihat kepada pengaruh yang diterima oleh *followers*, sedangkan dalam penelitian ini akan lebih diteliti terkait proses penerimaan dari para narasumber.

Penelitian ketiga merupakan penelitian yang berjudul “Resepsi laki-laki pada iklan *make-up* ‘Real Lip Flash’ NCT 127” oleh Monique Fiolitha Moku Tengangatu pada tahun 2022 dari Universitas Pelita Harapan. Penelitian tersebut dilakukan dengan wawancara mendalam kepada lima informan, dan penelitian tersebut menjelaskan bagaimana resepsi laki-laki, pesan apa yang diterima oleh mereka (*decode*) dari iklan

video *make-up* salah satu *boyband* korea dengan menggunakan teori *audience reception* dari Stuart Hall. Dijelaskan bahwa dari informan yang ada, mereka terbagi ke dalam 3 posisi yaitu dominan hegemoni dimana informan sudah terpapar dengan pengaruh *Korean Wave* sehingga dapat menerima *make-up* oleh laki-laki yang diiklankan. Kedua posisi negosiasi dimana terdapat persetujuan bahwa laki-laki harus merawat diri dengan menggunakan produk-produk perawatan kulit, tetapi tidak dengan *make-up*. Terakhir adalah posisi oposisi dimana terdapat penolakan karena dianggap laki-laki sudah dimanipulasi dengan tampilan yang berlebihan dan juga terdapat penolakan dengan konsep maskulinitas “pretty boys” (Tengangatu, 2022). Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini merupakan subjek penelitian dimana peneliti dalam penelitian tersebut memilih untuk meneliti resepsi dari pihak laki-laki terhadap laki-laki yang menunjukkan tampilan feminim yang ditampilkan melalui *make-up*, sedangkan penelitian ini justru ingin diteliti bagaimana resepsi dari pihak perempuan dalam melihat laki-laki yang menunjukkan tampilan yang feminim melalui gaya berpakaian *crossdresser*.

Penelitian keempat dibuat oleh Widya Lestari Ningsih seorang mahasiswi Universitas Airlangga dengan judul penelitian “Penerimaan Fanboy Di Surabaya Terhadap Gambaran Pria Metroseksual Yang Direpresentasikan Melalui *Music Video* Oleh *Boyband* K-pop Big Bang” pada tahun 2017. Penelitian tersebut ingin melihat bagaimana penerimaan *fanboy* di Surabaya mengenai pria metroseksual yang ditampilkan melalui *music video* oleh *boyband* K-pop Big Bang, dan penelitian tersebut dilakukan dengan mewawancarai 6 informan yang memiliki perbedaan agama, usia,

etnis, pendidikan, pekerjaan juga pengalaman. Penelitian tersebut dijalankan dengan menggunakan metode *reception analysis* yang berfokus kepada pengalaman penonton dan bagaimana makna lahir dari pengalaman tersebut. Hasil penelitian menjelaskan bahwa tidak ada penolakan total atas gaya yang ditampilkan, hanya terdapat perbedaan sudut pandang dari beberapa audiens yang dijadikan objek penelitian, ada yang tidak menyetujui sepenuhnya, ada yang menerima, dan juga ada yang memiliki alternatif sendiri mengenai pria metroseksual yang ideal (Ningsih, 2017). Perbedaan dalam penelitian tersebut merupakan subjek penelitiannya yang merupakan fans laki-laki, dan juga pandangannya terhadap pria metroseksual yang ditampilkan dalam *music video* salah satu *boyband*, dimana pria metroseksual tidak menampilkan sesuatu yang feminim, melainkan lebih kepada laki-laki yang lebih *modern* dan lebih mengenal *fashion*, dan bukan menunjukkan laki-laki yang berpenampilan feminim.

Penelitian kelima dibuat oleh Anastasia Pericilia Woeryadi pada tahun 2021 dengan judul “Penerimaan Fans K-pop Atas Pesan Laki-Laki Metroseksual Dalam Iklan Banila Co di Instagram”. Penelitian tersebut dilakukan untuk mencari tahu bagaimana penerimaan fans K-pop mengenai laki-laki metroseksual dalam iklan Banila Co yang ada di Instagram, yang mana bukan hanya fans K-pop laki-laki dan perempuan tapi juga orang-orang yang gemar membeli dan memakai produk-produk kecantikan korea juga termasuk ke dalam kriteria subjek penelitian. Penelitian tersebut menggunakan teori resepsi dimana hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar posisi informan merupakan dominan hegemoni, di mana pengertian laki-laki metroseksual selaras dengan apa yang disampaikan iklan Banila Co, terdapat

juga posisi negosiasi dan posisi oposisional dimana dalam benak informan terdapat perbedaan gambaran laki-laki metroseksual, dan ketiga posisi tersebut dalam penelitian ini dijelaskan bahwa dapat dipengaruhi juga oleh *frame of reference* dan *field of experience* dari masing-masing narasumber (Woeryadi, 2021). Perbedaan yang terdapat dari penelitian tersebut merupakan subjek penelitiannya yang merupakan laki-laki dan juga perempuan, dan dalam penelitian tersebut penilaian yang ingin dilihat merupakan dari laki-laki metroseksual.

Dijelaskan oleh *Stuart Hall* mengenai teori resepsi tentang *encoding/decoding* yang menjelaskan bagaimana audiens menerima sebuah pesan dari mulai sang pengirim pesan melalui proses *encoding* kepada penerimaan pesan melalui proses *decoding* yaitu pemaknaan pesan dimana terdapat 3 posisi penerimaan yaitu posisi dominan-hegemonik, posisi negosiasi, dan posisi oposisi (Stuart Hall, 2019). Posisi pertama terjadi ketika individu memaknai pesan yang ditampilkan secara keseluruhan dengan apa adanya dimana tidak ada perbedaan makna antara sang pengirim dan penerima pesan. Posisi kedua yaitu mengenai posisi negosiasi dimana individu mengakui apa yang ditampilkan, namun penerima pesan juga membuat aturan tersendiri dari makna yang sudah diberikan. Terakhir adalah posisi oposisional dimana individu melihat suatu yang ditampilkan sebagai sesuatu yang negatif atau pesan yang ada dimaknai berbanding terbalik dengan apa yang dibuat oleh pengirim pesan sehingga terjadi penolakan. Posisi-posisi tersebut dapat menjelaskan bagaimana para perempuan melihat dan memaknai terkait informasi laki-laki *crossdresser* yang tersebar di berbagai media.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, terbentuklah rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana resepsi perempuan Generasi Z terkait laki-laki dengan gaya berpakaian *crossdresser* dari 3 posisi penerimaan informasi *encoding/decoding* Stuart Hall?
2. Apa saja faktor dan alasan yang mempengaruhi proses resepsi dari para perempuan Generasi Z terkait posisi penerimaan yang ada (dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisional)?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana resepsi dari para perempuan Generasi Z terkait laki-laki *crossdresser* yang ditemui di media yang mungkin tidak sesuai dengan budaya mereka, dan sebagaimana dijelaskan Generasi Z hidup tidak terlepas dengan teknologi yang mana lebih terbuka terhadap banyak hal-hal baru yang mereka temukan, dan akan dijelaskan juga faktor-faktor yang dapat mempengaruhi proses resepsi tersebut dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang menjelaskan terkait *encoding* dan *decoding*.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:



1. Untuk keperluan akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk para akademisi komunikasi dalam memahami bagaimana proses resepsi yang terjadi dalam pemaknaan pesan dengan kebudayaan penerima pesan yang dapat berbeda.
2. Untuk keperluan praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan baru mengenai bagaimana perempuan Generasi Z melihat gaya berpakaian laki-laki *crossdresser* yang ditemui dari media, dan hal apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan maupun penolakan mereka.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini akan dibuat menjadi 6 bab yang mana didalamnya akan terdapat juga beberapa sub-bab sebagai berikut:

- Bab 1: Pendahuluan

Dalam bab 1 pendahuluan, akan dijelaskan menggunakan beberapa sub-bab seperti latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan terakhir sistematika penelitian. Bab ini akan menjelaskan terkait dasar pemikiran dari peneliti terkait masalah yang akan diteliti.

- Bab 2: Tinjauan Pustaka

Dalam bab 2 yaitu tinjauan pustaka, akan dijelaskan menggunakan beberapa sub-bab seperti latar belakang teori, dan juga kajian-kajian teori yang terkait dengan penelitian ini, dan terakhir akan dijelaskan juga terkait kerangka pemikiran.

- Bab 3: Metodologi Penelitian

Dalam bab 3 yaitu metodologi penelitian, akan dibahas dalam beberapa sub-bab seperti metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data induktif.

- Bab 4: Hasil dan Pembahasan

Dalam bab 4, yaitu hasil dan pembahasan, akan dijelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan kemudian diinterpretasikan oleh peneliti dengan menggunakan teori dan konsep-konsep yang sudah dituliskan pada bab-bab sebelumnya.

- Bab 5: Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir yaitu kesimpulan dan saran, akan dijelaskan dengan jelas mengenai kesimpulan yang diperoleh peneliti setelah melakukan penelitian, dan juga peneliti akan menuliskan saran-saran yang nantinya dapat bermanfaat dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

