https://epub-inakos.org/index.php/journal
Volume 5, Nomor 1, Juni 2026
Page: 41– 60

Persepsi Penggemar K-pop Indonesia terhadap Fenomena Genderless Group XLOV dalam Media Sosial Instagram

Lintang Wening Ratri*, Zaini
Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Korea, Universitas Indonesia
*Email Korespondensi: lintang.wening@ui.ac.id

ABSTRACT

The genderless groups phenomenon in the K-pop entertainment industry has continued to grow with the emergence of the group XLOV. XLOV's arrival in the K-pop music industry, as a group promoting a genderless concept in the K-pop industry, has sparked various reactions among the K-pop fans in Indonesia. This study aims to analyze the perceptions of Indonesian K-pop fans regarding the genderless concepts of XLOV through Instagram comments. Research data was collected using the netnography method by analyzing 1,624 comments from @panncafe account's posts that was discussing XLOV during the July-December 2025 period. The research analysis was conducted using the framework from the book Masculinites and Culture by John Beynon (2002). The results indicate that the majority of the comments (61,4%) were consist of negative responses. This high rate of rejection starts from the strong hegemonic masculinity held by Indonesian K-pop fans and is inseparable from gender norms in Indonesian society. Thus, the genderless image that presented by XLOV were viewed as a deviation from gender norms in Indonesian society. Nevertheless, there is still a small portion of fans that shows a positive responses by accepting and appreciating the fluid form of gender expression.

Keyword: Fans Perceptions, Genderless Group, Instagram Comments, XLOV

ABSTRAK

Fenomena grup *genderless* dalam industri hiburan K-pop terus berkembang seiring dengan kemunculan grup XLOV. Kehadiran XLOV di industri musik K-pop sebagai grup yang mengusung konsep *genderless* telah memunculkan beragam reaksi di kalangan penggemar K-pop di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi penggemar K-pop Indonesia terhadap konsep *genderless* yang diusung oleh XLOV melalui komentar di Instagram. Data penelitian dikumpulkan menggunakan metode netnografi dengan menganalisis 1.624 komentar pada unggahan akun @panncafe yang membahas XLOV selama periode Juli hingga Desember 2025. Analisis penelitian dilakukan menggunakan kerangka teori dari buku *Masculinities and Culture* karya John Beynon (2002). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas komentar (61,4%) berisi respons negatif. Tingginya tingkat penolakan ini berakar pada kuatnya pandangan maskulinitas hegemonik yang dimiliki oleh penggemar K-pop Indonesia dan tidak dapat dipisahkan dari norma gender yang berlaku dalam masyarakat Indonesia. Akibatnya, citra *genderless* yang ditampilkan oleh XLOV dipandang sebagai penyimpangan dari norma gender yang berlaku di masyarakat Indonesia. Meskipun demikian, sebagian kecil penggemar menunjukkan respons positif dengan menerima dan mengapresiasi bentuk ekspresi gender yang lebih cair dan beragam.

Kata Kunci: Persepsi Penggemar, Grup Genderless, Komentar Instagram, XLOV

PENDAHULUAN

Korean Pop atau yang lebih dikenal sebagai K-pop merupakan sebuah industri musik yang telah berkembang menjadi fenomena mendunia (Koo & Koo, 2022). Fenomena ini berkembang hingga

This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.
Copyright © Author(s)

berhasil melangkahi batasan budaya berkat dukungan dari kemajuan teknologi dan informasi. Perkembangan K-pop dapat terlihat dari cara industri K-Pop mengasimilasi budaya Korea dengan budaya global, sehingga dapat diterima oleh penggemar meskipun terdapat perbedaan latar belakang (Yoon, 2022). Hal ini menjadikan K-pop sebagai salah satu bagian penting dalam penyebaran budaya populer Korea ke tingkat internasional. Contoh lain dari perkembangan K-pop yang melangkahi batasan budaya adalah perannya sebagai wadah bagi para penggemar untuk menegosiasikan identitas serta peran gender (Perwiradmoko, 2023). K-pop menegosiasikan identitas dan peran gender dengan terus membangun sebuah representasi baru seorang idola yang melewati batasan maskulinitas dan feminitas konvensional.

Dalam konteks maskulinitas, salah satu bentuk maskulinitas yang menjadi standar di masyarakat disebut sebagai maskulinitas hegemonik. Menurut Connell (1995, dalam King dkk., 2021), maskulinitas hegemonik adalah bentuk maskulinitas yang menekankan kekuasaan laki-laki di atas perempuan ataupun laki-laki lainnya. Maskulinitas ini telah lama mengakar di masyarakat sehingga menjadi tolak ukur ketika dibandingkan dengan bentuk maskulinitas lain. Di sisi lain, K-pop memperkenalkan bentuk maskulinitas berbeda, yang dikenal dengan istilah *soft masculinity* (maskulinitas lembut). *Soft masculinity* dipopulerkan oleh Jung (2011) untuk menggambarkan seorang laki-laki berwajah lembut bagaikan bunga dengan sifat sensitif, ekspresif, serta emosional, namun tetap mempertahankan sisi maskulin mereka. Bentuk maskulinitas tersebut mempopulerkan istilah 꽃민남 (*kkonminnam*) atau *flower boys* yang secara perlahan menormalisasi penggunaan riasan wajah pada laki-laki, dan menandai adanya pergeseran standar maskulinitas. Pergeseran ini kemudian membuka ruang munculnya konsep baru yang melampaui batasan maskulin maupun feminin, yakni *genderless*.

Konsep *genderless* dalam K-pop merujuk pada cara seorang idola ketika menampilkan identitas gender yang tidak berfokus pada standar maskulinitas maupun feminitas. Karakteristik *genderless* dapat dilihat dari pakaian, riasan wajah, maupun aksesoris yang tidak terikat pada aturan gender tertentu. Konsep ini bukan fenomena baru dalam industri K-pop, seperti yang ditunjukkan Amber Liu, anggota grup f(x), melalui gaya tomboinya (Ho, 2025) dan Taemin, anggota grup Shinee, dengan gerakan tarian yang lembut serta anggunnya (Kwon, 2022). Meskipun demikian, penggemar K-pop mengenal istilah *genderless* hanya terikat pada individu dan tidak terikat dengan konsep sebuah grup secara keseluruhan. Pola ini kemudian berubah dengan kehadiran XLOV sebagai grup K-pop yang menggunakan konsep *genderless* sebagai identitas grup mereka.

XLOV merupakan grup yang berada di bawah naungan 257 Entertainment dan terdiri dari empat anggota, yaitu Wumuti, Rui, Hyun, dan Haru. Grup ini debut pada 7 Januari 2025 dengan lagu berjudul "I'mma Be" yang menegaskan konsep mereka sebagai *genderless group* (Ginanjar, 2025). Melalui lagu tersebut, XLOV menampilkan penggunaan konsep *genderless* melalui berbagai elemen, mulai dari riasan wajah yang lebih ekspresif, pakaian yang menggabungkan elemen maskulin dengan feminin, koreografi bergaya androgini, hingga penggunaan aksesoris yang menonjol. Selain dalam panggung, XLOV juga menggambarkan konsep *genderless* melalui media sosial, salah satunya

Instagram.

Kemunculan XLOV sebagai grup *genderless* menimbulkan berbagai reaksi dan persepsi penggemar K-pop baik di Korea Selatan, negara asal grup tersebut debut, maupun di kancah Internasional. Berdasarkan portal berita dan forum penggemar (theqoo, 2025; Koreaboo, 2025; Kbizoom, 2025), persepsi penggemar di Korea pada awalnya berisi keraguan terhadap konsep *genderless* XLOV. Hal ini disebabkan oleh aturan gender di Korea Selatan yang masih cenderung terikat pada aturan gender konvensional. Dalam diskusi pada forum penggemar Korea, sebagian penggemar menilai keberanian XLOV membawakan konsep *genderless* menjadi sebuah identitas grup merupakan sebuah daya tarik. Meskipun begitu, terdapat juga penggemar yang merasa konsep genderless XLOV tidak pantas untuk digunakan oleh laki-laki. Selain itu, terdapat pula anggapan dari penggemar yang menilai perkembangan XLOV di pasar domestik Korea cenderung lebih terbatas bila dibandingkan dengan pasar internasional yang terkenal lebih terbuka dengan kebebasan ekspresi gender.

Pola persepsi serupa juga ditemukan di kalangan penggemar K-pop Indonesia. Penggemar K-pop di Indonesia menunjukkan berbagai bentuk persepsi terhadap konsep *genderless* XLOV, mulai dari positif hingga negatif. Meskipun begitu, berdasarkan hasil pengamatan awal penulis, sebagian besar penggemar K-pop di Indonesia menunjukkan persepsi negatif terhadap konsep *genderless* yang dibawakan XLOV karena dinilai terlalu ekstrem dalam melangkahi batasan gender konvensional.

Penggemar K-pop di Indonesia menilai penampilan XLOV berdasarkan jenis kelamin mereka, yakni laki-laki. Dengan demikian, ketika XLOV berpenampilan tidak sebagaimana layaknya laki-laki, terjadi berbagai bentuk penolakan. Salah satu bentuk penolakan penggemar K-pop di Indonesia dilakukan dengan mengkritik penampilan visual, seperti riasan wajah dan cara berpakaian, anggota XLOV. Penolakan berasal dari pemahaman penggemar yang menganggap penampilan XLOV melenceng dari nilai maskulinitas hegemonik. Pandangan ini tidak terlepas dari stereotip maskulinitas yang mengatur tentang bagaimana seorang laki-laki harus berpenampilan dan berperilaku.

Penelitian mengenai persepsi audiensi terhadap ekspresi dan identitas gender dalam budaya populer telah berkembang dalam berbagai konteks, mulai dari ranah *fashion* hingga ke *makeup*. Sebagaimana ditemukan dalam Cho & Lee (2025) yang meneliti persepsi laki-laki Korea generasi Milenial dan generasi Z terhadap konsep *genderless fashion*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat responden terhadap konsep *genderless* dalam *fashion* berkorelasi dengan cara konsep tersebut ditampilkan. Responden menunjukkan adanya penurunan minat terhadap pakaian cenderung feminin. Hal ini mengindikasikan bahwa konsep pakaian yang ekstrem dalam melangkahi batasan gender akan lebih sulit untuk diterima audiensi.

Kecenderungan untuk menolak konsep gender yang melangkahi batasan terlalu jauh juga dilakukan di industri *makeup*. Sebagaimana ditemukan dalam penelitian oleh Aprelliani & Sary (2023) yang menganalisis penerimaan audiens terhadap konsep maskulinitas dalam kampanye *Beauty is Universal*. Kampanye ini mempromosikan penggunaan *makeup* tanpa batasan gender, atau yang dikenal sebagai *genderless makeup*. Dalam penelitian, mereka membagi persepsi audiensi dalam tiga posisi, yaitu dominan (menerima), negosiasi (menerima dengan syarat tertentu), dan oposisi

(menolak). Perbedaan penerimaan tersebut dipengaruhi oleh latar belakang budaya, sosial, agama, serta lingkungan sosial audiens yang membentuk pemahaman mengenai peran gender. Audiensi yang menerima *genderless makeup* dilatarbelakangi oleh pandangan bahwa konsep *genderless* adalah sebuah cara menunjukkan kebebasan berekspresi, sementara audiensi yang menolak dilatarbelakangi oleh aturan nilai norma maskulinitas konvensional.

Pola penerimaan dan penolakan juga muncul dalam kolom komentar di Instagram. Penelitian oleh Novitaria & Rusdi (2021) menganalisis komentar masyarakat atau pengikut dari *beauty influencer* laki-laki terhadap konten-konten bertema kecantikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian audiensi menerima bentuk tersebut karena menilai ekspresi gender tidak merugikan siapa pun, sementara sebagian lainnya menolak karena masih berpegang teguh pada norma maskulinitas tradisional. Adanya perbedaan respons dan persepsi menunjukkan bahwa interpretasi tentang ekspresi gender dilatarbelakangi oleh pemahaman nilai dan norma yang dianut oleh masing-masing individu. Selain itu, kemajuan teknologi juga menjadi salah satu faktor terjadinya perbedaan persepsi terhadap ekspresi gender, terutama melalui peran media sosial yang turut mendorong perkembangan bentuk identitas gender menjadi lebih cair dan lebih mudah diterima oleh masyarakat Indonesia.

Selain penelitian yang membahas mengenai persepsi audiensi terhadap konsep genderless, penelitian tentang interaksi dan persepsi penggemar dalam media sosial juga sudah pernah dilakukan sebelumnya. Pratama (2026) menganalisis ujaran-ujaran merendahkan yang ditujukan kepada penggemar dan idola K-pop di media sosial X. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan istilah merendahkan terbentuk melalui pemberian julukan yang terus berulang. Penggemar memberikan respons yang didominasi oposisi dan negosiasi terhadap pemberian julukan merendahkan ini. Fenomena tersebut menegaskan bahwa penggemar K-pop bersifat aktif dalam memaknai ujaran di media sosial. Selain dalam media sosial X, penelitian lainnya dilakukan Putri & Sukardani (2025) yang menganalisis cara penggemar K-pop Indonesia berinteraksi melalui kolom komentar Instagram dengan menggunakan metode netnografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk interaksi memiliki beberapa jenis komentar, seperti komentar positif, negatif, netral, serta lainnya. Mereka menganalisis berdasarkan tahapan-tahapan netnografi, yaitu budaya, jejak digital, partisipasi atau interaksi, serta imersi.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa celah yang belum terjawab. Pertama, penelitian yang membahas mengenai persepsi audiensi terhadap fenomena *genderless* hanya terbatas pada konteks *fashion* dan *makeup*, dan bukan dalam konteks fenomena *genderless group* K-pop seperti dalam penelitian ini. Kedua, penelitian mengenai interaksi penggemar K-pop di media sosial terbatas dalam konteks umum dan tidak mengaitkannya secara spesifik dengan fenomena *genderless*. Berdasarkan kedua celah tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji persepsi penggemar K-pop di Indonesia terhadap fenomena *genderless group* melalui kolom komentar Instagram.

Persepsi dalam konteks media dan komunikasi berkaitan dengan bagaimana seorang individu

menafsirkan pesan yang mereka terima melalui berbagai *platform* media sosial. Pada masa modern, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan berbagai persepsi mereka secara bebas (Abduh & Anwar, 2024). Bentuk persepsi yang terbentuk antar individu juga dapat berbeda dipengaruhi oleh berbagai faktor (Wulandari & Sholichah, 2025). Perbedaan faktor ini menjadikan individu memiliki peran aktif dalam membentuk makna terhadap pesan yang mereka terima.

Di sisi lain, penggemar merujuk pada individu ataupun kelompok yang memiliki ketertarikan serta keterikatan emosional yang kuat terhadap suatu objek budaya, seperti musik, film, maupun publik figur (Hermawan & Ginting, 2024). Jenkins (2006, dikutip dalam Hermawan & Ginting, 2024) menyebutkan bahwa penggemar berperan sebagai konsumen sekaligus produsen budaya yang berkontribusi pada pertumbuhan, pengembangan, dan distribusi produk media. Dengan demikian, mereka dapat menginterpretasikan makna *genderless* XLOV sesuai dengan pemahaman mereka sendiri dan tidak terikat oleh aturan.

Konsep gender merujuk pada sebuah konstruksi sosial dan kultural mengenai peran, perilaku, serta karakteristik yang dianggap pantas bagi laki-laki dan perempuan. Menurut Butler (1999), gender bersifat performatif, yang berarti dibentuk melalui serangkaian tindakan, gaya, dan gerakan yang terus diulang dalam kehidupan sehari-hari. Dalam praktiknya, penggunaan pakaian, riasan, hingga pose fisik merupakan bentuk pengulangan yang mengonstruksi identitas gender di ruang publik (Butler, 1999, p. 179). Oleh sebab itu, penampilan individu yang dianggap menyimpang dari konstruksi gender konvensional tidak dapat dipahami sekadar sebagai pilihan gaya atau *fashion* semata. Penampilan ini juga dapat dipandang sebagai upaya dekonstruksi norma-norma gender yang mengakar di masyarakat. Konsep performativitas gender ini dapat dipahami sebagai cara XLOV untuk menggeser aturan-aturan gender konvensional yang selama ini mengatur masyarakat.

Dalam konteks identitas gender laki-laki, maskulinitas dipahami sebagai bentuk performa gender yang tidak terlepas dari relasi kuasa dalam masyarakat. Menurut Beynon (2002), laki-laki tidak lahir dengan sifat maskulin, melainkan terpengaruh oleh norma sosial yang mereka pelajari sesuai dengan budaya setempat. Dengan demikian, maskulinitas merupakan hasil dari internalisasi nilai-nilai budaya yang terus dilakukan. Dalam suatu masyarakat, biasanya terdapat satu maskulinitas yang dominan, yakni maskulinitas hegemonik. Maskulinitas hegemonik mendefinisikan cara menjadi seorang laki-laki yang ditetapkan melalui kesepakatan atau melalui kesuksesan dan pencapaian (Kimmel, 1994; Connell, 1995, dalam Beynon, 2002). Aturan maskulinitas hegemonik kemudian diterima secara luas sebagai aturan dominan masyarakat Indonesia. Hal ini memengaruhi cara penggemar K-pop Indonesia memandang dan menilai standar maskulinitas idola mereka.

Perbedaan persepsi yang ditunjukkan oleh penggemar K-pop Indonesia terhadap fenomena *genderless* XLOV menimbulkan berbagai pertanyaan mengapa penolakan tersebut dapat terjadi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi penggemar K-pop Indonesia terhadap fenomena *genderless group* XLOV dalam media sosial Instagram.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan netnografi. Menurut Kozinets (2020), netnografi adalah sebuah penelitian kualitatif dengan tujuan untuk memahami budaya yang tercakup dalam jejak, jaringan, praktik, dan sistem media sosial. Pendekatan netnografi dalam penelitian ini dilakukan secara pasif, yang memungkinkan peneliti mengamati fenomena tanpa terlibat langsung dalam aktivitas komunitas, sehingga dapat menghindari bias personal dalam pengolahan data (Arianto dkk., 2025). Metode netnografi digunakan untuk mengamati interaksi serta respons para penggemar K-pop Indonesia terhadap fenomena *genderless group* XLOV yang tercermin dalam kolom komentar Instagram.

Media sosial Instagram dipilih dikarenakan fungsi platform yang memberikan ruang bagi para penggunanya untuk mengekspresikan identitas mereka melalui unggahan foto dan video (Putra & Afrilian, 2025). *Platform* ini menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan para penggunanya untuk memberikan umpan balik terhadap suatu unggahan, seperti suka (*likes*), komentar (*comments*), bagikan (*share*), hingga tagar (*hashtag*) (Ratih dkk., 2025). Selain itu, Instagram juga memiliki algoritma yang berperan penting dalam menyeleksi unggahan yang harus ditampilkan kepada pengguna. Algoritma *platform* memprioritaskan konten dengan angka interaksi tinggi, yang sering kali berkorelasi dengan unggahan menarik secara visual (Putra & Afrilian, 2025). Tingginya angka interaksi tersebut mendorong munculnya berbagai komentar dari pengguna yang berisi pendapat mereka terhadap suatu fenomena, seperti *genderless*. Dengan demikian, Instagram menjadi media sosial yang relevan untuk mengamati respons penggemar terhadap fenomena *genderless group* melalui kolom komentar.

Di sisi lain, kolom komentar menjadi salah satu ruang utama bagi pengguna sosial media untuk mengekspresikan reaksi mereka terhadap fenomena budaya populer. Menurut Nasrullah (2017, dalam Faqih dkk., 2025) media sosial memungkinkan para penggunanya untuk dapat berpartisipasi, berkontribusi, memberikan umpan balik dan komentar, serta menyebarkan informasi secara cepat dan tak terbatas. Kolom komentar dimanfaatkan oleh pengguna, khususnya penggemar K-pop, sebagai ruang untuk mengungkapkan pendapat. Dengan demikian, para penggemar juga dapat memaknai suatu fenomena melalui diskusi dan komentar yang diberikan oleh pengguna lain.

Penelitian ini mengumpulkan data dari akun Instagram @panncafe. Akun @panncafe merupakan salah satu akun yang meringkas berita-berita dari Korea Selatan, mencakup industri hiburan, ekonomi, hingga politik. Mereka adalah akun berita di Instagram yang juga mengambil data dari forum penggemar di Korea. Dengan demikian, unggahan di akun @panncafe bersifat sensasional serta beragam, mulai dari yang bersifat positif hingga negatif, sehingga mendorong para pengikutnya untuk memberikan respons melalui kolom komentar. Sampai dengan Mei 2026, akun ini memiliki lebih dari 784 ribu pengikut yang menunjukkan tingginya ketertarikan pengguna Instagram terhadap konten yang diunggah (panncafe, 2026).

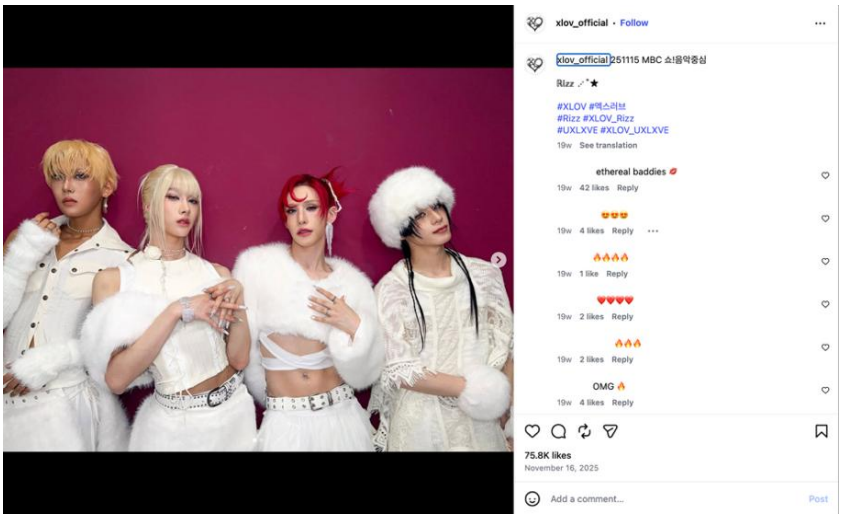
Data dikumpulkan dari tiga unggahan akun @panncafe yang secara spesifik membahas XLOV dalam rentang waktu Juli hingga Desember 2025. Selama enam bulan, akun ini mengunggah tiga konten

tentang XLOV dengan lebih dari 730 komentar per unggahan. Rentang waktu tersebut dipilih dengan pertimbangan bahwa penggemar K-pop di Indonesia dinilai sudah mengenal XLOV beserta konsep *genderless* yang direpresentasikan. Selain itu, periode Juli sampai Desember 2025 bertepatan dengan fase paling aktif XLOV dalam merilis lagu, yaitu *comeback* 1&Only pada Juni 2025 dan Rizz pada November 2025.

Secara keseluruhan, komentar yang diperoleh dari tiga unggahan tersebut berjumlah 2.331 komentar. Pengumpulan dan penyaringan data dilakukan secara manual, dengan cara menyalin dan menangkap layar pada komentar Instagram. Setelah mengeliminasi komentar yang hanya berupa emoji, menyebut pengguna lain tanpa argumen, dan penggunaan gif, hasil akhir komentar berjumlah 1.624 komentar. Komentar-komentar kemudian dikelompokkan berdasarkan tema jenis ujaran yang diberikan. Bahasa pengantar data adalah bahasa Indonesia, yang mencakup ragam bahasa tidak baku, ragam bahasa gaul, dan campuran dengan bahasa lain seperti bahasa Inggris. Bahasa ini menjadi penanda bahwa pemberi komentar adalah penggemar K-pop Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

XLOV merepresentasikan konsep *genderless* melalui unggahan di Instagram. Melalui konten promosi ataupun unggahan keseharian, mereka secara konsisten menampilkan konsep *genderless* melalui tiga elemen visual utama, yaitu riasan wajah, pakaian, serta aksesoris. Penggunaan tiga elemen visual dapat dilihat dari penggunaan riasan wajah yang lebih ekspresif, pakaian yang tidak terikat dengan nilai salah satu gender, serta berbagai aksesoris yang lebih mencolok seperti pada Gambar 1 di bawah.



Gambar 1. Contoh unggahan XLOV di Instagram.
(Sumber: Instagram @XLOV_official 2025)

Penggunaan tiga elemen visual dalam media sosial juga dapat dipahami sebagai cara XLOV mendekonstruksi nilai gender konvensional yang mengakar di masyarakat. Hal ini sesuai dengan Zhahra & Tutiasri (2026) yang menemukan bahwa media sosial dapat membentuk representasi identitas melalui simbol visual. Sebagai sebuah platform yang mengutamakan estetika visual, XLOV memanfaatkan Instagram untuk menggambarkan konsep *genderless* kepada penggemar.

PENGELOMPOKAN PERSEPSI PENGGEMAR K-POP DI INSTAGRAM

Penggemar K-pop di Indonesia menunjukkan berbagai bentuk persepsi terhadap konsep *genderless* XLOV, mulai dari bentuk penerimaan hingga ke penolakan. Sebagai konsumen dalam media sosial, penggemar juga berperan memberikan umpan balik terhadap suatu fenomena, sehingga komunikasi dapat terjadi dua arah (Zaxrie dkk., 2024). Pada masa modern seperti sekarang, penggemar turut memberikan umpan balik dan tidak terbatas pada menerima informasi.

Tabel 1. Ringkasan Kategorisasi Komentar Unggahan XLOV

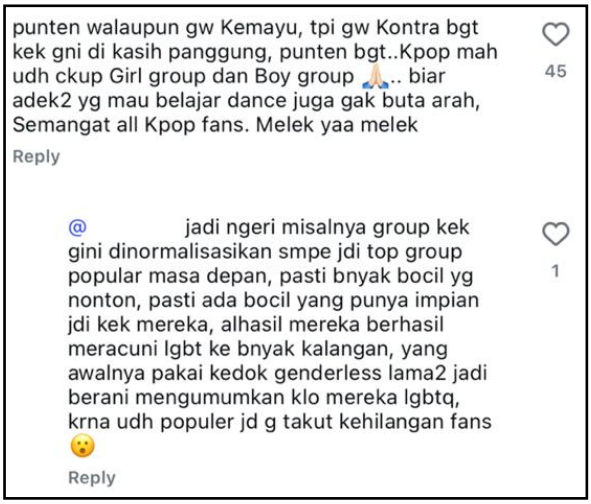
No.	Tema/Kategori	Total	Total (dalam %)
1	Penolakan konsep *genderless*	582	35,84
2	Penjulukan *(labeling)*	239	14,72
3	Perdebatan konsep *genderless*	176	10,84
4	Apresiasi visual, penampilan, dan keahlian	150	9,24
5	Tidak setuju dengan pendapat pengguna lain	93	5,73
6	Penerimaan konsep *genderless*	89	5,48
7	Setuju dengan pendapat pengguna lain	81	4,99
8	Dibandingkan dengan idola lain	77	4,74
9	Dikaitkan dengan agama dan norma	76	4,68
10	Lainnya	61	3,76
	Total	1624	100

(Sumber: Data hasil olahan penulis)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, terdapat perbedaan jenis persepsi di kalangan penggemar K-pop Indonesia. Perbedaan ini juga menunjukkan bahwa persepsi tidak bersifat tunggal, melainkan beragam dan kompleks. Gabungan antara kategori penolakan terhadap *genderless*, penjulukan anggota XLOV, serta perdebatan mengenai konsep *genderless* mengisi hingga lebih dari 60% total komentar. Tingginya jumlah resistensi ini menunjukkan adanya konflik antara norma dan budaya yang tertanam di kalangan penggemar K-pop Indonesia dengan konsep *genderless* XLOV.

PENOLAKAN KONSEP *GENDERLESS*

Berdasarkan 1.624 komentar yang dianalisis, sebanyak 582 komentar (35,84%) menunjukkan penolakan terhadap konsep *genderless* XLOV. Pernyataan tidak setuju terhadap fenomena *genderless* dan ujaran yang bersifat emosional dan reaktif merupakan salah satu cara penggemar untuk menunjukkan penolakan. Tingginya angka penolakan ini menunjukkan bahwa konsep *genderless* yang dibawakan XLOV masih dianggap asing oleh penggemar K-pop Indonesia. Hal ini sejalan dengan kondisi masyarakat Indonesia yang masih memegang kuat persepsi gender konvensional.



Gambar 2. Tangkapan layar komentar penolakan terhadap konsep *genderless*.
(Sumber: Komentar Instagram @panncafe, 2025b)

Komentar yang dilakukan oleh penggemar K-pop seperti pada Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa norma sosial dan nilai gender konvensional menjadi salah satu faktor dapat terjadinya penolakan. Meskipun penggemar dalam komentar menyebutkan dirinya sebagai "kemayu", sebuah tingkah laku yang lembut untuk menunjukkan sisi feminin (SAI, 2024), ia tetap menolak konsep *genderless* yang dibawakan XLOV. Walaupun dirinya tidak memenuhi standar maskulinitas konvensional secara sempurna, ia tetap merasa bahwa sebuah panggung hiburan tidak seharusnya memberikan ruang untuk mengekspresikan gender di luar norma yang berlaku. Selain komentar yang ada dalam Gambar 2, terdapat komentar seperti, "Aneh-aneh grup zaman sekarang~ yang penting itu prestasi, bukan *jor-joran fashion nyeleneh* begini," yang menandakan bentuk penolakan dilakukan untuk membatasi bentuk ekspresi gender yang lebih luas.

Penolakan konsep *genderless* XLOV dalam pandangan Beynon (2002) mencerminkan adanya kecemasan sosial atas krisis maskulinitas hegemonik. Dalam bukunya, ia menyatakan bahwa maskulinitas merupakan sesuatu yang dibentuk secara historis dan sosial, dan bukan secara biologis (Beynon, 2002, p.11). Meskipun demikian, masih ada sebagian penggemar K-pop melekatkan ekspektasi gender mereka pada jenis kelamin biologis, sehingga menganggap XLOV yang terlahir sebagai laki-laki, sudah seharusnya berperilaku sesuai dengan nilai maskulinitas hegemonik. Konsep *genderless* tidak dilihat sebagai bentuk ekspresi gender, melainkan sebagai penyimpangan terhadap aturan maskulinitas. Hal ini menyebabkan adanya reaksi defensif dari penggemar K-pop yang berupaya mempertahankan nilai-nilai maskulinitas hegemonik.

PENJULUKAN (*LABELING*)

Salah satu bentuk komentar lain yang banyak muncul adalah penjulukan (*labeling*). Penjulukan dalam penelitian ini dapat dipahami melalui teori pelabelan (*labeling theory*) Becker (1963, dalam Sandler, 2025). Becker berpendapat bahwa penyimpangan bukan sifat bawaan dari tindakan atau perilaku, melainkan hasil dari penerapan aturan oleh kelompok sosial. Pemberian label juga mengubah identitas sosial dari penerimanya, sehingga ia dipandang sebagai kelompok orang yang berbeda.

Pada kolom komentar, penjulukan dilakukan dengan memberikan label merendahkan anggota XLOV. Penjulukan juga sering menggunakan bahasa populer yang muncul di ruang digital (Nadhifa dkk., 2026). Salah satu bentuk penjulukan yang banyak digunakan adalah istilah "boti". *Boti* adalah sebuah ekspresi yang melekat pada laki-laki yang dianggap feminin (Wirawan, 2025). Kegiatan menjuluki member XLOV dengan kata *boti* mencerminkan adanya stigma sosial yang melekat dalam penggemar K-pop Indonesia terhadap standar cara laki-laki berperilaku.

Gambar 3. Tangkapan layar komentar penjulukan oleh penggemar K-pop Indonesia.
(Sumber: Komentar Instagram @panncafe, 2025a))

Komentar dalam Gambar 3 yang bertuliskan, "Ini *mah* namanya *boti*, bukan *genderless*," merupakan salah satu contoh perilaku merendahkan bentuk maskulinitas lain dengan tujuan menolak terbentuknya maskulinitas baru. Penggemar menggunakan istilah *boti* untuk menegaskan batasan antara maskulinitas yang dinormalisasi oleh masyarakat dengan bentuk maskulinitas lain yang dianggap menyimpang. Tingginya frekuensi istilah *boti* digunakan menunjukkan bahwa bentuk penolakan ini tidak hanya merupakan reaksi individual, tetapi juga cerminan dari pemahaman bersama tentang batasan gender konvensional. Dengan demikian, penjulukan menjadi salah satu mekanisme pertahanan yang digunakan untuk mempertahankan norma gender konvensional tetap relevan di kalangan penggemar K-pop Indonesia.

Pada pandangan Beynon (2002), bentuk reaksi agresif yang ditunjukkan oleh penggemar K-pop Indonesia ini mencerminkan adanya sebuah krisis dalam mempertahankan dominasi maskulinitas hegemonik. Para penggemar K-pop Indonesia memberikan julukan merendahkan kepada anggota XLOV dengan tujuan untuk menolak kebebasan bentuk ekspresi gender yang dilakukan oleh XLOV. Fenomena ini mencerminkan bahwa bentuk maskulinitas selalu berada di dalam relasi kuasa. Bentuk maskulinitas hegemonik yang dikenal oleh masyarakat, dalam konteks ini penggemar K-pop Indonesia, mengatur bagaimana laki-laki seharusnya berperilaku. Kemunculan XLOV yang merepresentasikan *genderless* kemudian dianggap sebagai sebuah ancaman terhadap dominasi maskulinitas hegemonik yang sudah mengakar di dalam masyarakat.

PERDEBATAN KONSEP *GENDERLESS*

Persepsi negatif selanjutnya muncul dalam bentuk perdebatan terhadap konsep *genderless*. Sebagai sebuah konsep yang dinilai baru dalam industri hiburan K-pop, penggemar K-pop di Indonesia memperdebatkan dan mempertanyakan konsep genderless XLOV mencakup hingga

10,84% dari total komentar yang dianalisis. Persepsi ini muncul ketika penggemar merasa asing dengan konsep *genderless* yang melekat pada XLOV, sehingga mempertanyakan cara XLOV menampilkan konsep tersebut. Hal ini juga tidak terlepas dari posisi konsep *genderless* sebagai konsep yang cenderung baru di Indonesia.

Perasaan asing terhadap konsep *genderless* ini mengakibatkan penggemar membandingkan konsep *genderless* XLOV dengan pemahaman konsep *genderless* yang mereka miliki sebelumnya. Proses pembandingan itu menyebabkan terjadinya konflik antara pemahaman penggemar dengan penggambaran konsep *genderless* oleh XLOV. Konflik ini menimbulkan pertanyaan, perdebatan, bahkan penolakan terhadap konsep *genderless* dalam kolom komentar.

Komentar seperti pada Gambar 4 berikut adalah salah satu contoh dari perilaku penggemar K-pop Indonesia yang memperdebatkan konsep *genderless* XLOV. Perdebatan menunjukkan terjadinya konflik antara pemahaman penggemar K-pop tentang konsep *genderless* dengan konsep yang dibawakan oleh XLOV. Seperti terlihat dalam komentar ketiga dalam Gambar 4, penggemar memberikan pemahamannya terhadap konsep *genderless*, "Di mana bisa buat cewe *or* cowo,", yang menunjukkan bahwa *genderless* bukan sesuatu yang asing baginya. Ia memahami *genderless* sebagai suatu konsep yang dapat digunakan oleh laki-laki dan perempuan, sedangkan konsep *genderless* yang dibawakan oleh XLOV berkonflik dengan pemahaman itu. Komentar pada Gambar 4 menilai konsep *genderless* XLOV lebih condong terhadap perempuan, "Isinya cowok yang *kecewek-cewekan, lenjeh* banget," dan tidak netral seperti yang ia pahami, "Kalau mau *genderless* ya yang bisa universal,".

Gambar 4. Tangkapan layar komentar perdebatan konsep *genderless*.
(Sumber: Komentar Instagram @panncafe, 2025c)

Perilaku memperdebatkan konsep *genderless* menunjukkan bahwa konsep *genderless* XLOV masih asing di kalangan penggemar K-pop Indonesia yang memegang teguh aturan gender konvensional. Ketika konsep *genderless* yang ditampilkan XLOV tidak sesuai dengan standar maskulinitas hegemonik, muncul keinginan untuk mendefinisikan ulang konsep *genderless* yang dibawakan oleh

XLOV. Hal ini kemudian mendorong terjadinya bentuk penolakan dan penjulukan. Dengan demikian, perilaku mendebatkan konsep *genderless* dapat dipahami sebagai langkah awal dari penolakan, yang berasal dari rasa tidak suka dengan konsep *genderless* XLOV.

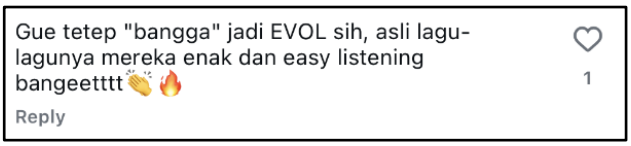
BENTUK PERSEPSI LAINNYA

Selain tiga kategori yang sudah dibahas, terdapat jenis persepsi lain yang ditunjukkan oleh penggemar K-pop Indonesia dalam kolom komentar Instagram akun @panncafe. Berdasarkan data hasil analisis komentar, tujuh kategori lainnya mencakup apresiasi visual dan bakat, penerimaan, dikaitkan dengan norma dan agama, dibandingkan dengan idola lain, setuju dengan argumen penggemar lain, tidak setuju dengan argumen penggemar lain, serta kategori lainnya. Kategori setuju dan tidak setuju dengan argumen pengguna lain merupakan sebuah pertanda bahwa penggemar tidak hanya merespons terhadap konsep *genderless* yang ditampilkan XLOV, melainkan juga merespons terhadap komentar yang diujarkan oleh penggemar lainnya. Kategori ini dipisahkan dari penolakan dan penerimaan terhadap konsep *genderless* karena isi komentar bergantung dengan komentar yang diujarkan oleh penggemar lainnya.

Meskipun masing-masing jenis persepsi memiliki persentase yang lebih kecil dibandingkan tiga kategori utama, tujuh kategori ini tetap dapat memberikan gambaran terkait bentuk persepsi penggemar terhadap konsep *genderless*. Kategori persepsi dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok tema besar berdasarkan pola yang ditemukan, yaitu persepsi positif, komparatif, serta diskusi antar penggemar.

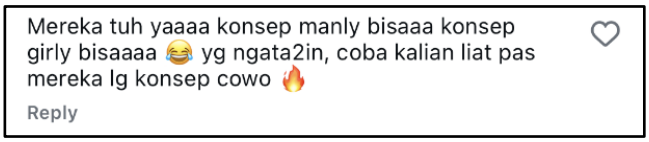
Persepsi Positif

Persepsi positif terdiri gabungan dari apresiasi visual dan bakat anggota XLOV dengan penerimaan konsep *genderless*. Gabungan dari dua persepsi ini berjumlah 14,72% dari total komentar yang dianalisis. Hal ini menunjukkan bahwa ada sebagian kecil penggemar K-pop Indonesia yang memiliki keterbukaan terhadap bentuk ekspresi gender yang lebih cair.



Gambar 5. Tangkapan layar komentar yang mengapresiasi lagu XLOV.
(Sumber: Komentar Instagram @panncafe, 2025b)

Tangkapan layar seperti Gambar 5 di atas merupakan salah satu komentar pujian terhadap lagu yang dirilis XLOV. Ia mengasosiasikan dirinya sebagai bagian dari penggemar XLOV, EVOL, dan memuji kualitas musik yang dirilis grup ini. Selain apresiasi terhadap musik, terdapat komentar lain seperti, “Rui sama Wumuti cantik banget,” dan “Lagu, tarian, sama suara mereka itu bagus banget,” yang menunjukkan bentuk apresiasi terhadap kemampuan dan visual yang dimiliki oleh anggota XLOV. Komentar dalam kategori ini tidak memandang konsep *genderless* sebagai sebuah penyimpangan, melainkan melihatnya sebagai sesuatu yang menarik, estetis, dan layak untuk diapresiasi.



Gambar 6. Tangkapan layar komentar menerima konsep *genderless* XLOV.
(Sumber: Komentar Instagram @panncafe, 2025b)

Komentar seperti pada Gambar 6 adalah contoh komentar yang menerima konsep *genderless* XLOV. Penggunaan emotikon 😂 (wajah dengan air mata kebahagiaan) dalam komentar mencerminkan respons pemberi komentar yang merasa terhibur karena pengguna lain menilai konsep *genderless* secara sepihak. Di sisi lain, penggunaan emotikon 🔥 (api) di akhir komentar menjadi sebuah penekanan yang mencerminkan keyakinan dari pemberi komentar terhadap kemampuan XLOV dalam membawakan konsep lain, dalam konteks ini diartikan sebagai "konsep cowok". Penggunaan emotikon tersebut menjadi caranya untuk mengapresiasi konsep *genderless* XLOV.

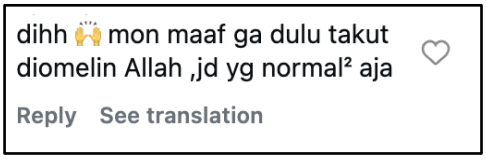
Komentar dalam kategori persepsi ini menekankan bahwa fleksibilitas ekspresi gender yang dilakukan XLOV merupakan sebuah nilai tambah grup, dan bukan sebuah kekurangan. Bentuk penerimaan ini mencerminkan sikap yang lebih terbuka terhadap keberagaman ekspresi gender dalam budaya populer. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang negosiasi makna (Fiske 1990, dalam Pamungkas dkk., 2024). Bentuk negosiasi ditunjukkan dengan para penggemar dapat membuat interpretasi mereka terhadap ekspresi gender yang lebih cair.

Persepsi Komparatif

Persepsi komparatif merupakan gabungan antara perbandingan konsep *genderless* XLOV dengan idola lain dan mengaitkan konsep *genderless* dengan agama dan norma. Komentar yang membandingkan dengan idola lain menunjukkan bahwa penggemar tidak secara langsung menolak konsep *genderless*, melainkan mencoba memahaminya dengan mereferensikan dengan idola yang sudah mereka kenal. Di sisi lain, komentar yang mengaitkan konsep *genderless* dengan agama dan norma menunjukkan bahwa sebagian penggemar tidak melihat konsep *genderless* sebagai bagian dari budaya populer, melainkan sebagai sesuatu yang bertentangan dengan ajaran yang mereka pegang.

Gambar 7. Tangkapan layar komentar membandingkan XLOV dengan idola lain.
(Sumber: Komentar Instagram @panncafe, 2025b)

Komentar seperti Gambar 7 merupakan salah satu contoh yang membandingkan ekspresi *genderless* XLOV dengan idola lain. Bentuk *genderless* idola lain dijadikan tolak ukur dalam menilai konsep *genderless* yang dapat penggemar terima. Selain komentar seperti Gambar 7, terdapat komentar seperti, "*Genderless* itu *kayak* GD, Jeonghan, yang gak *diapa-apain*, tapi aura abang-abangnya tetap kuat,". Hal ini menunjukkan bahwa penggemar K-pop Indonesia memiliki standar konsep *genderless*, yaitu yang tetap mempertahankan aura maskulinnya. Kategori ini menjadi penanda bahwa proses penerimaan konsep *genderless* tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses interpretasi dan negosiasi yang berkelanjutan.



Gambar 8. Tangkapan layar contoh komentar yang membawa unsur agama.
(Sumber: Komentar Instagram @panncafe, 2025c)

Jenis persepsi seperti pada Gambar 8 merupakan salah satu contoh persepsi yang mengaitkan konsep *genderless* XLOV dengan agama dan norma. Selain komentar pada Gambar 8, terdapat komentar lain seperti, "*Idol* yang dirindukan pedang Umar bin Khattab," merupakan salah satu komentar dengan berbagai makna. Penyebutan istilah-istilah yang berkaitan dengan agama ini dilakukan sebagai bentuk pertahanan dari para penggemar, dan juga sebagai bentuk perlawanan terhadap konsep *genderless*. Bagi penggemar, konsep *genderless* bertentangan dengan ajaran yang mereka anut. Kegiatan ini mencerminkan bahwa penolakan terhadap konsep *genderless* tidak selalu didorong oleh kebencian pribadi, tetapi juga didorong oleh keyakinan bahwa konsep itu bertentangan dengan ajaran agama mereka (Rasyid dkk., 2025).

Dinamika Diskusi Antarpenggemar

Tiga kategori terakhir, yaitu tidak setuju dengan pendapat pengguna lain, setuju dengan pendapat pengguna lain, serta kategori lainnya, menunjukkan bahwa kolom komentar tidak hanya menghubungkan XLOV dengan penggemar K-pop, tetapi juga menjadi tempat terjadinya diskusi antar penggemar. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak bersifat satu arah, melainkan berkembang menjadi komunikasi horizontal antar sesama pengguna (Amelia & Balqis, 2023). Kategori setuju dan tidak setuju terhadap pengguna lain memperlihatkan bahwa penggemar tidak sebatas merespons konten yang diberikan, melainkan mereka juga merespons komentar yang dilakukan oleh penggemar K-pop lain. Komentar dalam kategori lainnya pada analisis bersifat netral dan tidak relevan secara langsung dengan konsep *genderless* XLOV, dengan contoh bentuk komentar adalah membahas dan menanyakan tentang lokasi syuting musik video XLOV.

Gambar 9. Tangkapan layar komentar yang menunjukkan dinamika diskusi.
(Sumber: Komentar Instagram @panncafe, 2025b)

Gambar 9 di atas merupakan contoh bentuk komentar yang menunjukkan berbagai dinamika diskusi yang dilakukan penggemar K-pop Indonesia di kolom komentar Instagram. Diskusi dimulai dengan komentar pertama yang menunjukkan bentuk penolakan terhadap konsep *genderless* XLOV. Komentar kemudian dibalas oleh penggemar-penggemar lain yang merasa setuju dengan pendapat dari komentar utama. Jumlah *likes* yang didapatkan komentar-komentar ini juga menunjukkan terjadinya interaksi antarpenggemar di kolom komentar.

Selain komentar yang ditunjukkan seperti dalam Gambar 9, data juga menunjukkan adanya jenis perdebatan yang berulang, seperti penggemar yang mendebatkan atau menolak konsep *genderless* sering mendapatkan balasan dari pengguna lain yang menganggap mereka tidak *open-minded*. Di sisi lain, penggemar yang menunjukkan respons positif justru dituduh mendukung hal yang dianggap menyimpang. Komentar seperti, “Hati-hati kak, nanti diserang *fans boti*,” dan, “Aku mau komentar kayak *gini*, tapi takut diserang,” mencerminkan adanya tekanan sosial dalam ruang berkomentar. Situasi dalam tekanan ini dapat dikaitkan dengan fenomena *online disinhibiton effect*, yaitu ketika anonimitas dalam media sosial memungkinkan individu untuk mengekspresikan opini secara lebih bebas, tetapi juga mendorong munculnya perilaku agresif (Anwar & Rozi, 2024). Akibatnya, sebagian pengguna memilih untuk menahan diri atau menyensor pendapat mereka supaya tidak mendapat serangan dari pengguna lain.

Persepsi Penggemar K-pop di Indonesia

Berbagai bentuk persepsi ditunjukkan oleh para penggemar K-pop Indonesia melalui komentar dalam unggahan akun @panncafe yang membahas XLOV. Persepsi tersebut muncul dalam berbagai bentuk respons, mulai dari penolakan, perdebatan, hingga penerimaan terhadap konsep *genderless* XLOV. Meskipun didominasi oleh resistensi, seperti kritik terhadap penampilan dan anggapan bahwa konsep *genderless* melenceng dari citra idola K-pop yang dikenal oleh masyarakat, ada sebagian kecil penggemar yang menerima konsep ini. Kelompok ini cenderung melihat konsep *genderless* sebagai bentuk inovasi dan sebagai representasi terhadap ekspresi gender yang lebih fleksibel.

Dalam pandangan Beynon (2002), bentuk penerimaan diberikan untuk mendukung proses pergeseran makna maskulinitas yang berlaku di masyarakat. Bentuk penerimaan menjadi bukti

bahwa maskulinitas tidak bersifat tunggal dan statis, melainkan terbuka untuk didefinisikan ulang dan dinegosiasikan. Hal ini berkaitan dengan konsep *new manism*, yakni sebuah orientasi maskulinitas baru yang muncul sebagai respons terhadap perubahan sosial. *New manism* membuka ruang bagi laki-laki untuk mengekspresikan kepedulian terhadap penampilan, kelembutan, dan estetika tubuh tanpa kehilangan jati dirinya.

Di sisi lain, bentuk penolakan dilakukan penggemar lain untuk mempertahankan nilai maskulinitas yang sudah mengakar di masyarakat. Mereka menolak bentuk maskulinitas baru guna menjaga agar nilai maskulinitas hegemonik tetap dominan. Beynon (2002) menyebut kondisi ini sebagai *crisis of masculinity*, yakni sebuah krisis yang muncul ketika bentuk maskulinitas tradisional mulai dipertanyakan posisinya. Krisis ini tidak selalu bermakna bahwa maskulinitas benar-benar "hilang", tetapi juga dapat terjadi ketika maknanya sedang dipertanyakan, dinegosiasikan ulang, dan tidak bersifat otoritas tunggal seperti sebelumnya.

Selain itu, sebagai salah satu negara yang mayoritas masyarakatnya muslim, pemahaman agama dengan konsep *genderless* sering kali berkonflik. Hal ini disebabkan oleh peran gender juga dibentuk, disosialisasikan, diperkuat, dan dikonstruksikan oleh negara dan agama (Gauntlett, 2002, dalam Belinda, 2022). Dalam kerangka berpikir tersebut, masyarakat di Indonesia memandang ekspresi gender yang lebih cair, seperti *genderless*, merupakan sebuah penyimpangan dari ajaran agama dan norma. Dengan demikian, konsep *genderless* dilarang menjadi sebuah norma baru yang melawan ajaran agama.

Dalam konteks *fashion*, laki-laki dilarang keras untuk mengikuti gaya pakaian wanita, dan sebaliknya (Salaymeh, 2019, dalam Risdianti dkk., 2023). Hal ini dapat menunjukkan bahwa aturan gender masih sangat mengikat, sehingga ekspresi gender yang lebih cair akan sulit untuk diterima masyarakat. Dalam Islam, syariat berpakaian sudah ditentukan batasan-batasannya, sehingga ketika ada seseorang yang berpakaian melewati batasan itu, akan dianggap kurang pantas dan dipandang aneh (Risdianti dkk., 2023). Konsep *genderless* yang ditampilkan oleh XLOV secara jelas melewati batasan itu, sehingga banyak yang menganggapnya tidak pantas untuk dilihat.

Penggemar pada masa sekarang tidak sekadar menerima pesan pasif. Sebaliknya, mereka juga merespons, menegosiasikan, bahkan memproduksi makna pesan secara sendiri (Jenkins, 1992). Jenkins (1992) menegaskan bahwa penggemar memiliki kapasitas untuk "mencuri" elemen-elemen dalam budaya populer dan mengolahnya kembali sesuai dengan kebutuhan, nilai, dan identitas komunitas. Dalam praktiknya, hasil produksi makna tidak selalu sesuai dengan yang diinginkan oleh pembuat makna. Dengan demikian, penggemar memiliki peran aktif dalam membentuk wacana, sehingga mereka dapat menerima, menolak, atau menegosiasikan pesan sesuai dengan interpretasi mereka.

KESIMPULAN

Konsep *genderless* XLOV menimbulkan berbagai bentuk persepsi di kalangan penggemar K-pop Indonesia. Sebagian besar penggemar K-pop Indonesia menunjukkan respons negatif terhadap konsep *genderless* XLOV yang ditunjukkan dengan bentuk penolakan, penjulukan, perdebatan, dan lain-lain. Perilaku menolak ini menunjukkan bahwa konsep *genderless* masih tergolong asing dan bukan sesuatu yang dengan mudah dapat mereka terima. Di sisi lain, sebagian kecil penggemar K-pop Indonesia menunjukkan respons positif yang ditunjukkan dengan bentuk apresiasi terhadap kemampuan anggota grup dan penerimaan terhadap konsep *genderless* XLOV. Kelompok penggemar ini cenderung lebih terbuka terhadap fleksibilitas ekspresi gender yang lebih cair.

Secara keseluruhan, persepsi penggemar K-pop Indonesia terhadap fenomena konsep *genderless* XLOV di Instagram bersifat majemuk, meskipun didominasi oleh bentuk respons negatif yang bersumber dari kuatnya nilai maskulinitas hegemonik yang tertanam di dalam masyarakat. Media sosial dalam hal ini tidak hanya berfungsi sebagai sebuah saluran komunikasi, tetapi juga menjadi sebuah ruang negosiasi dan reproduksi batasan gender konvensional. Fungsi kolom komentar juga tidak terbatas sebagai tempat untuk mengapresiasi atau menolak suatu fenomena, melainkan juga dapat menjadi sebuah tempat untuk memberikan berbagai argumen dan perdebatan.

Penelitian ini memiliki berbagai keterbatasan-keterbatasan yang perlu diakui. Cakupan data penelitian hanya terbatas pada komentar dari tiga unggahan akun @panncafe dalam rentang waktu tertentu. Metode dalam penelitian dilakukan secara pasif, sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam motivasi dibalik komentar. Selain itu, dengan fitur anonimitas di sosial media, identitas dan latar belakang pemberi komentar tidak dapat diverifikasi.

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan itu, penelitian lanjutan diperlukan dengan memperluas cakupan data, seperti ke media sosial X atau TikTok. Penggunaan metode yang lebih aktif, seperti wawancara atau survei, juga diperlukan guna mengetahui motif dibalik pemberi komentar. Eksplorasi lebih dalam mengenai persepsi penggemar terhadap konsep *genderless* dalam K-pop juga diperlukan untuk penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Abduh, Y. N. P., & Anwar, R. K. (2024). Research Trends on the Influence of Social Media on Public Perceptions: A Bibliometric Approach. *Temali: Jurnal Pembangunan Sosial*, *7*(1), 85–98. https://doi.org/10.15575/jt.v7i1.33408

Amelia, L. T. D., & Balqis, N. R. (2023). Changes in Communication Patterns in the Digital Age. *Arrus: Journal of Social Sciences and Humanities*, *3*(4), 544–556. https://doi.org/10.35877/soshum1992

Anonim. (2025, Agustus 6). *케이팝 최초 젠더리스 아이돌*. theqoo. https://theqoo.net/hot/3859198170

Anwar, E. F., & Rozi, F. (2024). Motif Penggunaan Akun Pseudonim Instagram Penggemar K-Pop Dalam Pembentukan Online Disinhibition Effect. *Avant Garde Jurnal Ilmu Komunikasi*, *12*(01), 124–136. https://doi.org/10.36080/ag.v12i1.3006

Aprelliani, F., & Sary, K. A. (2023). Analysis of Audience Reception to the Concept of Masculinity in

the 'Beauty Is Universal' Campaign. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, *3*(4), 676–683. https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1924

Arianto, B., Handayani, B., & Purwaningrum, H. (2025). *Pengantar Metoda Penelitian Etnografi Digital* (Gozali, Ed.). Borneo Novelty Publishing.

Belinda, B. C. (2022). Persepsi dan Reaksi Generasi Z Terhadap Fenomena Gender Fluid dan Gaya Fesyen Androgini. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *5*(2), 165–178. https://doi.org/10.23969/linimasa.v5i2.4569

Beynon, J. (2002). *Masculinities and Culture*. Open University Press.

Butler, J. (1999). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.

Cho, J. H., & Lee, M. (2025). A Study on Types Of Genderless Fashion Design in Menswear and Consumer Perceptions. *The Research Journal of the Costume Culture*, *33*(5), 645–661. https://doi.org/10.29049/rjcc.2025.33.5.645

Faqih, Moch. A., Andari, L. D., & Novriani, R. A. (2025). Media, Culture, And Society: Social Interaction In The Digital Era - A Study Of The Music Community On Tiktok Indonesia. *Journal of Social Science (JoSS)*, *4*(9), 605–610. https://doi.org/10.57185/joss.v4i9.511

Ginanjar, R. P. A. (2025, Agustus 12). *Profil XLOV Grup Korea Pertama yang Usung Konsep Tanpa Gender*. Tempo. https://www.tempo.co/hiburan/profil-xlov-grup-korea-pertama-yang-usung-konsep-tanpa-gender-2057695

Hermawan, J. S., & Ginting, M. (2024). A Study on Fandom and Fan Culture: Socioeconomic Implications in the Digital Era. *Latte: A Journal of Language*, *2*(1), 24–30. https://doi.org/10.24002/lj.v2i1.9007

Ho, M. H. S. (2025). 'I'm an androgynous tomboy with tattoos': Amber and (re)imaginations of gender and Koreanness in K-pop. *European Journal of Cultural Studies*, 1–19. https://doi.org/10.1177/13675494251342828

Jenkins, Henry. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. Routledge.

Jung, S. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption*. Hong Kong University Press.

King, N., Calasanti, T., Pietilä, I., & Ojala, H. (2021). The Hegemony in Masculinity. *Men and Masculinities*, *24*(3), 432–450. https://doi.org/10.1177/1097184X20981759

Koo, J. M., & Koo, H. M. (2022). K-pop from Local to Global: a Study on Cultural Nationalism in Korean Pop Culture. *The Columbia Journal of Asia*, *1*(1), 175–187. https://doi.org/10.52214/cja.v1i1.9355

Kozinets, R. V. . (2020). *Netnography : the essential guide to qualitative social media research*. SAGE.

Kwon, J. (2022). Theorizing the Korean Wave| K (Q) ueer-Pop for Another World: Toward a Theorization of Gender and Sexuality in K-Pop. *International Journal of Communication*, *17*, 52–71. https://pdxscholar.library.pdx.edu/ta_fac

Moreau, B. (2025, Desember 3). K-Pop's First "Genderless" Idols Spark Buzz. *KoreaBoo*. https://www.koreaboo.com/news/xlov-genderless-kpop-idols/

Nadhifa, S., Nugraha, M. W., Kamajaya, R., & Indriyany, I. A. (2026). Rekonstruksi Makna Maskulinitas melalui Labelling "Cowok Princess" pada Platform TikTok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *2*(1), 1000–1020. https://doi.org/10.63822/pw3xbz55

Novitaria, V., & Rusdi, F. (2021). Analisis Komentar Followers terhadap Identitas Gender Beauty

Influencer Laki-Laki di Instagram. *Koneksi*, *5*(2), 252–259. https://doi.org/https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10291

Pamungkas, Y. C., Moefad, A. Moh., & Purnomo, R. (2024). Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi. *Jayapangus Press Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, *4*. https://doi.org/10.37329/metta.v4i4.3737

panncafe. (2025a). *Grup K-pop Berkonsep Genderless, XLOV Comeback dengan Mini Album Pertama dan MV yang Aesthetic "RIZZ."* Unggahan Instagram. https://www.instagram.com/reels/DQrCRTyEWdB/

panncafe. (2025b, Desember 12). *Member Grup Berkonsep Genderless, Rui XLOV Bikin Netizen Korea Heboh dengan Visual Androgini Memukau*. Unggahan Instagram. https://www.instagram.com/p/DSKbdZSAVn1/

panncafe. (2025c, Desember 24). *Grup Genderless XLOV Bikin Heboh, Menuai Pujian Usai Tampilkan Dance "FOCUS" Hearts2hearts*. Unggahan Instagram. https://www.instagram.com/reels/DSodDXlAbjL/

panncafe. (2026). *Profil Akun Instagram panncafe*. Profil Akun Instagram. https://www.instagram.com/panncafe/

Perwiradmoko, J. Q. A. (2023). Masculinity Reconstruction by K-Pop Idol BTS: BTS ARMY'S Reception Analysis Towards BTS's Musics and Contents. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, *12*(2). https://doi.org/10.7454/jkmi.v12i2.1212

Pratama, S. D. (2026). Analisis Respon K-Popers sebagai Korban Viktimisasi Narasi Derogatif di Media Sosial X. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *5*(2), 1075–1089. https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i2.7519

Putra, F. E., & Afrilian, P. (2025). Visual Culture in Social Media: A Study on the Influence of Instagram on Aesthetics and Youth Culture Trends. *Asian Journal of Media and Culture*, *1*(1), 40–56. https://doi.org/10.63919/ajmc.v1i1.18

Putri, R. A., & Sukardani, P. S. (2025). Interaksi Penggemar K-pop Pada Akun Instagram @officialkvibes (Studi Netnografi Komentar Penggemar K-pop Pada Unggahan #kvibes_brandreputation). *The Commercium*, *9*(3), 265–274. https://doi.org/https://doi.org/10.26740/tc.v9i3.71077

Rasyid, K., Nasution, S., & Rozi, F. (2025). Virtual Ethnography: Digital Activism Against Non-binary Gender on Social Media Platform X. *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)*, *09*(02), 366–371. https://doi.org/10.33751/jhss.v9i2.11982

Ratih, N. K. P. A., Putra, K. D. C., & Wajdi, M. (2025). Optimizing Instagram for Strategic Communication: A Study on Engagement, Branding, and Digital Audience Connection. *Journal of Commerce Management and Tourism Studies*, *4*(2), 349–363. https://doi.org/10.58881/jcmts.v3i2

Risdianti, T., Jamin, A., & Damni, A. (2023). Religious People Between Fashion Androgini and Nonbinary Gender. *Addin*, *17*(2), 321. https://doi.org/10.21043/addin.v17i2.21847

SAI. (2024, Agustus 12). *Memahami Arti Kemayu dan Contoh Penggunaannya*. Kumparan.com. https://kumparan.com/berita-hari-ini/memahami-arti-kemayu-dan-contoh-penggunaannya-23JPJgpikbt/full

Sandler, E. T. (2025). The Co-Construction of Non-Normative Identities: What Stigma, Labeling, and Othering Theory Have Underemphasized. *Deviant Behavior*. https://doi.org/10.1080/01639625.2025.2552923

thaongoc. (2025, Desember 4). K-Pop's First "Genderless Idol Group" XLOV Is Going Viral And Netizens Are Intrigued. *Kbizoom*. https://kbizoom.com/genderless-kpop-idols-xlov-viral/

Wirawan, N. A. (2025, September 20). *Asal-usul Kata Boti, Sebutan untuk Pria Feminin*. Detik.com. https://www.detik.com/kalimantan/berita/d-8121230/asal-usul-kata-boti-sebutan-untuk-pria-feminin

Wulandari, C., & Sholichah, H. F. (2025). Persepsi Penggemar K-pop Treasure pada Program Dating Show "Shining Solo" dari Boygroup Treasure. *BroadComm*, *7*, 85–92. https://doi.org/10.53856/9m5t1604

XLOV. (2025, November 16). *251115 MBC 쇼!음악중심*. Unggahan Instagram. https://www.instagram.com/p/DRHmAPLE848/

Yoon, K. (2022). Between Universes: Fan Positionalities in the Transnational Circulation of K-pop. *Communication and the Public*, *7*(4), 188–201. https://doi.org/10.1177/20570473221136667

Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., & Putri, K. (2024). Peran Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Digital dalam Kehumasan. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, *3*(1). https://doi.org/10.25124/ijdpr.v3i1.8084

Zhahra, S. A., & Tutiasri, R. P. (2026). Fenomena Representasi Visual Identitas Fesyen Dangdut di Media Sosial: Analisis Instagram @isdadahlia dan @cadburylemonade. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, *5*(1), 202. https://doi.org/10.59713/jipik.v5i1.1512