

ABSTRAK

Pick me boy adalah perilaku seorang laki-laki yang ingin mengesankan perempuan dengan membuat merek tampak tidak seperti laki-laki lain. Yang selanjutnya perilaku tersebut menjadi sebuah *trend* pada salah satu media sosial yaitu TikTok dan mendapatkan berbagai pandangan dari kurang menyenangkan dan menghibur dari *netizen*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengalaman, motif, dan makna *pick me boy* bagi *content creator*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi dokumentasi kepada *pick me boy*. Terdapat satu informan kunci dan tiga informan pendukung pada penelitian ini. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori fenomenologi Alfred Schutz dan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Hasil dari penelitian mengungkapkan motif masa lalu yaitu karena dirinya yang unggul dari teman sebayanya, *popular*, dan haus akan atensi dari Perempuan. Motif masa depan yang diungkapnya yaitu ingin mendapatkan Perempuan dengan mudah. Pengalaman tidak menyenangkan yang didapatkan nya yaitu menjadi *over sharing*, sementara pengalaman yang menyenangkan nya yaitu mendapatkan *privilege* dalam mendapatkan perhatian dari perempuan. Makna dari menjadi *pick me boy* ini adalah sebagai personal branding yang kuat dalam menarik perhatian perempuan. Didukung dengan teori Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yang mencari Eksternalisasi, Objektivasi dan Internalisasi, untuk mengetahui konstruksi makna dari menjadi *pick me boy* tersebut. Maka menghasilkan konstruksi makna, sebagai *personal branding* laki-laki *popular* yang mudah mendapatkan atensi dari perempuan, dan laki-laki yang mempunyai *privilege* dalam kehidupan sosial dan media sosial.

Kata kunci: Fenomenologi, Konstruksi Makna, *Pick Me Boy*, *Content Creator*

ABSTRACT

Pick me boy is the behavior of a man who wants to impress women by making them look different from other men. Furthermore, this behavior becomes a trend on one of the social media, namely TikTok, and gets various views from less pleasant and entertaining netizens. The purpose of this study is to determine the experience, motives, and meaning of pick me boy for content creators. This study uses a qualitative method and Alfred Schutz's phenomenological approach. Data collection techniques in this study are observation, interviews, and documentation studies of pick me boy. There is one key informant and three supporting informants in this study. The theory used in this study is Alfred Schutz's phenomenological theory and Peter L. Berger and Thomas Luckmann's social construction theory. The results of the study revealed past motives because he was superior to his peers, popular, and thirsty for attention from women. The future motive he expressed was wanting to get women easily. The unpleasant experience he got was being over sharing, while his pleasant experience was getting privileges in getting attention from women. The meaning of being a pick me boy is as a strong personal branding in attracting women's attention. Supported by the theory of Peter L. Berger and Thomas Luckmann who seek Externalization, Objectivation and Internalization, to find out the construction of meaning from being a pick me boy. So it produces a construction of meaning, as a personal branding of popular men who easily get attention from women, and men who have privileges in social life and social media.

Keywords: Phenomenology, Meaning Construction, Pick Me Boy, Content Creator