

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman, pengetahuan manusia pun juga semakin berkembang. Melalui perkembangan zaman, pengetahuan tentang identitas pun juga ikut berkembang. Mencairnya identitas diawali karena adanya kebebasan dalam berekspresi. Masyarakat selama ini hanya mengenal adanya gender feminin dan maskulin, namun muncul gender baru seperti androgini dan *undifferentiated*. Androgini sendiri merupakan sebuah konsep yang dikembangkan oleh Sandra Bem yang merupakan seorang psikolog Universitas Stanford pada tahun 1974. Pada tahun 1977, ia mengeluarkan sebuah *inventory* pengukuran gender yang diberi nama “*The Bem Sex Role Inventory*”. Berdasarkan hasil dari *inventory* ini, individu diklasifikasikan memiliki salah satu dari orientasi peran gender yaitu maskulin, feminin, androgini, dan *undifferentiated* (Psikoterapis, n.d). Dalam diri androgini terdapat perbedaan pembagian karakter maskulin dan feminin dalam satu orang pada saat yang bersamaan. Individu yang feminin adalah seseorang memiliki angka yang tinggi pada sifat feminin dan memiliki angka rendah dari sifat maskulin, individu yang maskulin adalah seseorang yang memiliki angka yang tinggi pada sifat maskulin dan memiliki angka yang rendah pada sifat feminin. Sedangkan untuk Individu androgini adalah laki-laki atau perempuan yang memiliki angka tinggi pada sifat maskulin dan juga feminin. Individu *undifferentiated* memiliki angka yang rendah pada sifat maskulin dan femininnya (Psikoterapis, n.d).

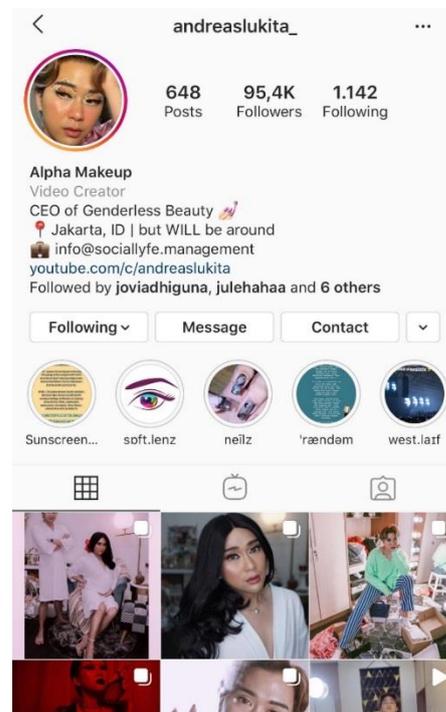
Androgini muncul sebagai kebebasan dalam berekspresi dengan menggabungkan kedua karakteristik maskulin dan feminin. Pada perkembangannya, androgini menjadi konsep yang menuai pro dan kontra. Hal ini dikarenakan sebagian besar masyarakat di Indonesia masih menganut segala peraturan yang mengikat hak dan kewajiban seseorang yang diatur berdasarkan seks biologisnya. Konstruksi masyarakat ini muncul dari keberagaman suku, adat

istiadat, dan agama yang ada di Indonesia. Mengingat hal ini, tidak mungkin untuk tidak menghubungkan androgini dengan keragaman orientasi seksual, masyarakat keliru menyamakan androgini dengan homoseksualitas dan transgender (Goenawan, 2007). Masyarakat belum cukup familiar dengan istilah androgini dan perkembangannya tidaklah sama dengan yang ada di belahan benua lain. Individu androgini cenderung tertutup dalam hal mempublikasikan diri mereka sebagai seorang androgini dikarenakan banyak yang berasumsi kalau apa yang orang-orang dengan identitas androgini lakukan, tidak sesuai dengan norma dan ajaran agama di masyarakat. Padahal, di Indonesia sebenarnya secara budaya memiliki tradisi yang memperkenalkan keberadaan gender atau jenis kelamin selain laki-laki dan perempuan. Seperti halnya Suku Bugis, Sulawesi Selatan mengenal lima jenis kelamin yaitu lelaki, perempuan, calalai atau perempuan lemah gemulai, calabai atau perempuan tomboi, dan bissu atau bukan laki-laki dan bukan perempuan. Bissu adalah androgini, seseorang yang terlihat laki-laki maupun perempuan. Selain itu melalui kesenian tarian Indonesia juga mengenal adanya peran-peran *cross gender* seperti tari lengger lanang dari Banyumas dan ludruk dari Jawa Timur (Washarti, 2016).

Identitas androgini merupakan gaya yang memiliki sejarah panjang secara kultural. Dalam perkembangannya, terjadi perubahan makna androgini dari yang semula dikonotasikan dengan suatu preferensi seksual tertentu menjadi gaya yang mengusung konsep kebebasan. Keterkaitan antara konsep androgini dalam busana perempuan dengan kebebasan dapat ditelaah dari konsep patriarki pada masyarakat. Saat ini dalam pengertian populer, gaya androgini sudah bersifat netral. Namun, yang berkembang pada masyarakat patriarki seperti di Indonesia, konsep androgini masih dikaitkan dengan konsep disposisi label dan *role playing*. Dengan demikian, pemakaian suatu tanda, dalam hal ini gaya *fashion* androgini, masih dikaitkan dengan peran dan preferensi seksual seseorang.

Berbicara mengenai identitas androgini, di Indonesia terdapat seorang *beauty influencer* yang menampilkan sisi identitas androgini di akun instagram pribadinya. Salah satu *beauty influencer* yang cukup terkenal di *platform* instagram adalah

andreas lukita dengan akunnya @andreaslukita_. Andreas lukita merupakan seorang *Beauty influencer* berjenis kelamin laki-laki yang juga memiliki panggung tersendiri di dunia kecantikan. Melalui akun instagram pribadinya, ia dianggap berbeda dengan akun instagram pria pada umumnya, karena konten yang dibagikannya berani menampilkan sisi gender maskulin sekaligus feminin. Andreas hadir sebagai *beauty influencer* pria di Indonesia di tengah fenomenalnya akun *makeup tutorial* yang hampir semua diisi oleh *beauty influencer* wanita. Melalui akunnya Andreas rajin membagikan foto maupun video dirinya sedang memakai *makeup*. Sama halnya dengan wanita, dirinya juga menggunakan *makeup* tidak hanya tuntutan pekerjaan namun bagian dari aktivitas sehari-hari. Cara dan jenis *makeup* yang ia pakai juga tidak berbeda dengan wanita, seperti bedak, *eyeliner*, maskara, dan *lipstick*. Tidak hanya *makeup*, Andreas juga sering memakai pakaian dan aksesoris yang tidak sesuai dengan jenis kelamin dan gendernya.



Gambar 1. Profil Instagram @andreaslukita_

Penampilan Andreas Lukita selama ini yang ditunjukkan dalam akun instagram pribadinya sebagai androgini merupakan bentuk ekspresi dan presentasi dirinya. Andreas yang berprofesi sebagai *Makeup Artist* sekaligus *beauty Influencer*

membuat dirinya sadar akan perkembangan gaya *fashion* dan juga *makeup* yang unik. Melalui konten yang Andreas sebarakan di akun instagramnya, ia mencoba memvisualisasikan gaya androgininya untuk pandangan masyarakat Indonesia yang masih awam terhadap konsep androgini. Bisa dikatakan bahwa Pada akun instagram pribadinya, Andreas Lukita cukup menarik perhatian publik dengan tampilannya yang berbeda dari ujung kaki hingga ujung kepala. Hingga sampai saat ini akun tersebut telah mencapai sembilan puluh lima ribu pengikut (dan masih akan bertambah) yang didominasi dengan akun perempuan. Andreas Lukita berhasil memvisualisasikan dirinya sebagai androgini yang konsisten dalam berpenampilan.

Masyarakat selama ini mengenal adanya pembagian dua jenis kelamin yaitu perempuan dan laki-laki. Pembagian dua jenis kelamin ini didasari pada kondisi fisik dari biologis pria dan wanita yang berasal dari bawaan sejak lahir. Dengan adanya pembagian atau pembedaan jenis kelamin ini, sehingga muncul konsep gender. Gender adalah pembedaan peran dan perilaku antara laki-laki dan perempuan yang dihasilkan dari konstruksi sosial dalam masyarakat. Fakih dalam (Agustang, Said & Rasyid, 2015) menjelaskan bahwa konsep gender merupakan suatu sifat yang sudah melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan. Sifat yang melekat tersebut merupakan hasil yang dikonstruksikan secara sosial maupun kultural. Masyarakat pun memercayai peran gender karena kebanyakan telah disesuaikan dengan mengikuti budaya patriarki dan heteronormativitas. Dengan kata lain masyarakat memiliki keharusan untuk menjadi heteroseksual yang sudah didasarkan pada keharusan akan sesuaian antara identitas gender dan identitas seksual. Melihat penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa gender didefinisikan sebagai bentuk keyakinan pada diri individu dalam memilih dan menghayati peran-peran feminin dan maskulin yang dikondisikan oleh dunia sosialnya.

Kategori gender oleh masyarakat pada awalnya memang telah dilakukan secara turun-temurun, melewati proses belajar yang diawali dari keluarga ke masyarakat, mengikuti kesepakatan sosial hingga budaya dan bahkan dipengaruhi dengan adanya dominasi seperti indoktrinasi. Indoktrinasi lah yang membuat dan

menuntun laki-laki dan perempuan untuk berfikir, bersikap, dan bertindak sesuai dengan jenis kelaminnya yang mana tersasosiasi dengan gender. Padahal setiap individu memiliki keunikan tersendiri (Anindya, 2016). Persoalan mengenai jenis kelamin dan gender dalam kajian budaya merupakan suatu hal yang kompleks bahkan hal ini dapat menentukan perilaku sosial manusia. Gender menjadi persoalan karena secara sosial telah melahirkan adanya perbedaan peran, tanggung jawab dan hak di dalam masyarakat. Masyarakat Indonesia yang belum cukup mengerti konsep gender membuat tertanamnya pola heteronormatif. Pengelompokan identitas laki-laki harus maskulin dan perempuan harus feminin merupakan landasan sebuah identitas diri yang dianggap normal atau ideal.

Melihat perkembangan pengetahuan akan gender dan jenis kelamin yang belum meluas, maka media menjadi salah satu medium yang memiliki pengaruh terhadap pembentukan pola pikir masyarakat mengenai definisi gender antara laki-laki dan perempuan, dan membedakan status seseorang berdasarkan kelas, ras dan seks. Media yang sekarang mulai semakin sentral di tengah-tengah masyarakat dan mendominasi dalam hiburan, opini publik, perilaku sosial bahkan pembentukan identitas sosial melalui berbagai produknya dan karakteristiknya telah menjadi alat yang efektif juga dalam membentuk dan menyebarkan konstruksi gender pada masyarakat (Hariyanto, 2009). Media massa merupakan alat atau medium yang digunakan untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi atau pesan dengan cepat dan serempak. Shirley Biagi (2010:10) menyebutkan ada 3 konsep penting tentang media massa yaitu yang pertama adalah media massa merupakan suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan, yang kedua dijelaskan bahwa perkembangan teknologi yang memengaruhi perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa. Lalu yang ketiga, dijelaskan bahwa kehidupan masyarakat, dunia perpolitikan, dan juga budaya dipengaruhi dan dicerminkan oleh media massa.

Berbagai media massa telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat baik itu kebutuhan akan hiburan sampai kebutuhan akan informasi. Seiring perkembangan zaman, media massa juga ikut mengalami perkembangan dengan adanya kemunculan *new media*. *New media* atau media baru merupakan bentuk

pengabungan dari perkembangan teknologi internet dengan media massa. Dijelaskan oleh Denis McQuail (2011:43) bahwa ciri utama dari media baru adalah saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktifitasnya, kegunaan yang bermacam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang berada dimana-mana atau dengan kata lain tidak bergantung pada lokasi. Media baru, sebagai salah satu alat atau wadah yang tercepat dan termudah, memberikan tantangan dan kesempatan yang baru bagi masyarakat yang menguasai informasi untuk berkomunikasi. Blog, Facebook, Line, Whatsapp, Instagram, Path dan internet merupakan beberapa bentuk contoh media baru yang bisa menyalurkan kebebasan dalam berekspresi (Anindya, 2016). Kemunculan media baru saat ini, turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Perubahan dan perkembangan yang ditimbulkan sangat cepat sehingga menciptakan sebuah budaya populer. Salah satu yang ditimbulkan dari adanya media baru adalah dengan kemunculan media sosial.

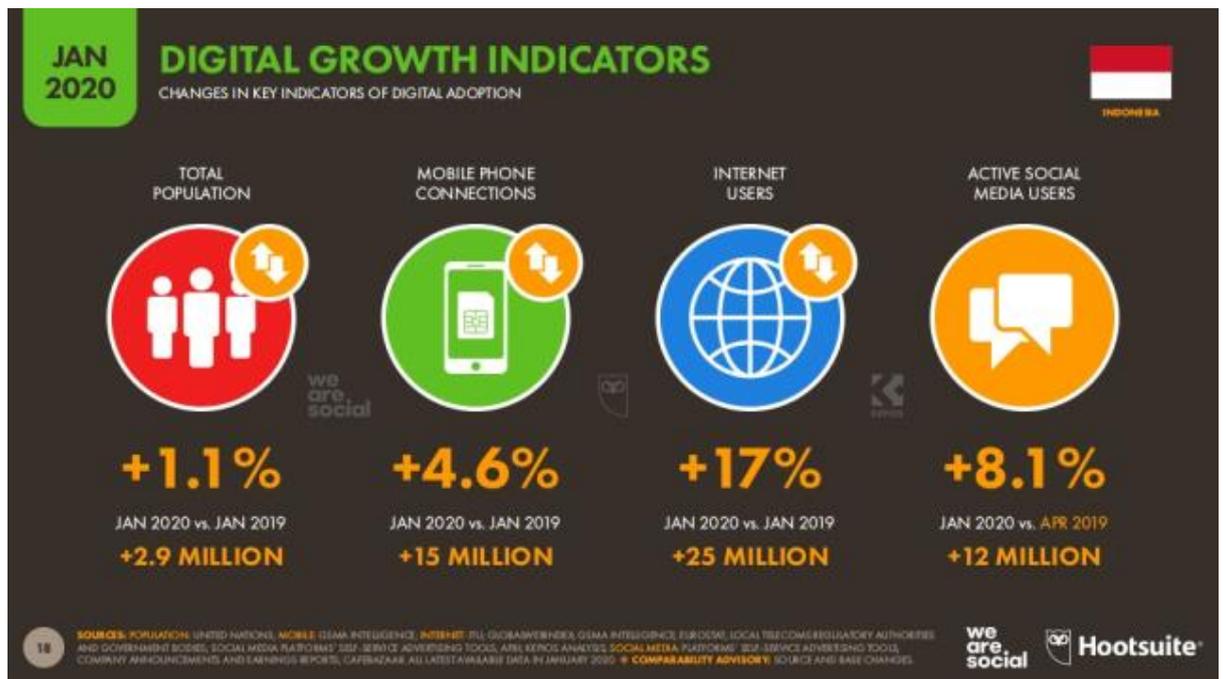
Media sosial memiliki peran yang sangat penting sebagai alat komunikasi untuk berbagi baik itu informasi maupun pengetahuan dengan cepat. Selain untuk berbagi informasi dan pengetahuan, media sosial juga dapat digunakan untuk saling berinteraksi dengan orang-orang dari kalangan yang berbeda, baik dalam lingkup antar individu maupun perusahaan. Melalui laporan "*Digital Around The World 2019*" yang diambil dari hasil riset *We Are Social* yang merupakan perusahaan media sosial asal Inggris, bekerja sama dengan Hootsuite dibuktikan bahwa dari total 268,2 juta penduduk di Indonesia, 150 juta diantaranya sudah menggunakan media sosial. Dengan demikian bisa disimpulkan kalau angka penetrasinya sekitar 56 persen dan telah mengalami peningkatan sebesar 20 juta pengguna media sosial di Indonesia dibanding tahun lalu. Usia 18-34 tahun merupakan rentang usia terbanyak yang menggunakan media sosial di Indonesia. Hasil riset diterbitkan pada 31 Januari 2019 lalu dan memiliki durasi penelitian dari Januari 2018 hingga Januari 2019.



Gambar 2. Data Pengguna Aktif Media Sosial

Sumber: We Are Social dan Hootsuite, 2019.

Masih dari riset yang sama dirangkum dan dilansir melalui Kumparan, jumlah pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai 160 juta, meningkat 8,1 persen atau 12 juta pengguna dibandingkan tahun lalu. Dengan begitu, penetrasi penggunaan media sosial di Indonesia sudah mencapai 59 persen dari total jumlah penduduk. Rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 26 menit per hari. Angka itu juga di atas rata-rata global yang mencatat waktu 2 jam 24 menit per hari. Filipina menjadi negara yang paling sering membuka media sosial dengan total waktu 3 jam 53 menit per hari. Data unik lainnya, rata-rata penduduk Indonesia memiliki sekitar 10 akun media sosial per orang, baik aktif maupun tidak aktif menggunakannya. Sementara 65 persen pengguna media sosial di Indonesia memanfaatkan *platform* tersebut untuk bekerja.

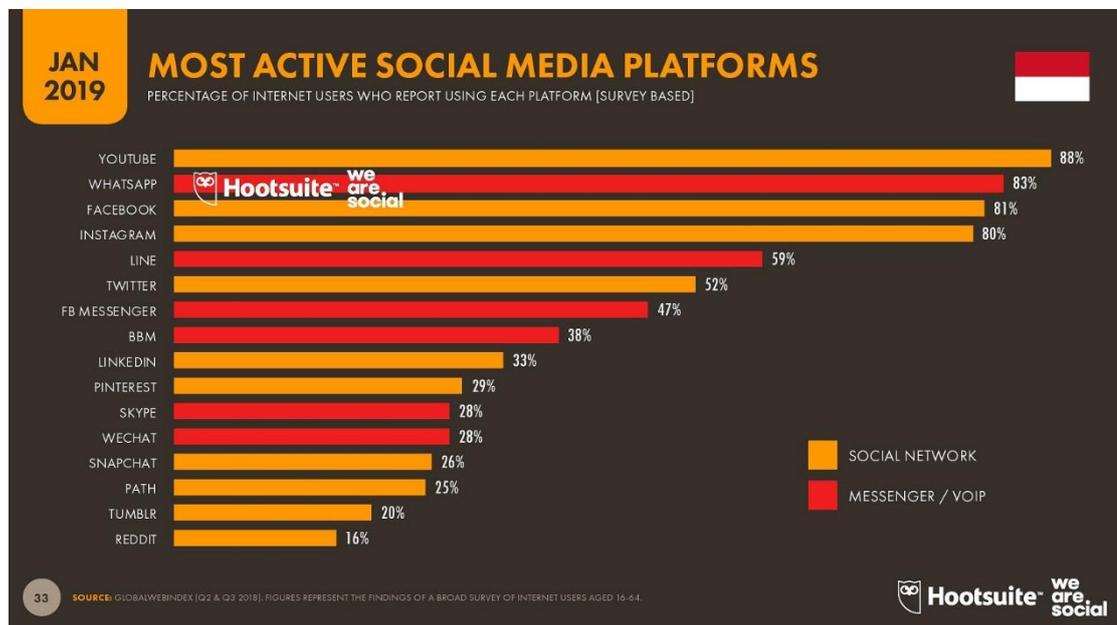


Gambar 3. Infografik Internet Indonesia

Sumber: We Are Social dan Hootsuite, 2019.

Berdasarkan aplikasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, posisi pertama ditempati oleh Youtube dengan persentase 88 persen, WhatsApp 83 persen, Facebook dengan persentase 81, Instagram dengan persentase

80 persen, dan baru diikuti media sosial buatan Korea Selatan yaitu Line.



Gambar 4. Data Media sosial Paling Aktif

Dilihat dari banyaknya pengguna media sosial khususnya instagram, sehingga instagram merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang cukup populer. Instagram telah menjadi sebuah kebutuhan bagi setiap orang dalam melakukan aktivitasnya dan juga merupakan aplikasi media sosial yang memberikan sarana bagi siapa saja untuk berekspresi melalui teks audio visual, seperti foto dan video. Banyaknya pengguna Instagram sehingga memunculkan fenomena baru dengan melahirkan adanya istilah selebriti instagram atau yang lebih dikenal dengan sebutan selebgram.

Selebgram merupakan panggilan khusus pada orang yang memiliki banyak penggemar atau *followers* dikarenakan foto atau video yang dibagikan di instagramnya menarik dan banyak disukai. Setiap selebgram memiliki ciri dan konten tersendiri. Fitur-fitur dan berbagai kemudahan yang disediakan oleh instagram menjadikannya bukan hanya sebagai media untuk menyebarkan informasi dan interaksi saja, namun bisa digunakan sebagai alat atau medium untuk seseorang dalam menampilkan dirinya ke ruang publik. Dengan kata lain bahwa Instagram bisa dijadikan sebagai media aktualisasi diri. Kemunculan instagram sebagai media baru yang bebas sehingga para pengguna instagram merasa diberikan

Grace Evarisna, 2020

Representasi Identitas Androgini Dalam Akun Instagram @Andreaslukita_ (Analisis Semiotika Roland Barthes)
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

ruang oleh kebebasan berekspresi dan juga kemudahan akan berkomunikasi. Instagram perlahan-lahan memunculkan makna baru yang memungkinkan semua orang untuk bisa menjadi seperti siapa saja dan dengan mudah bisa menampilkan diri sesuai dengan keinginannya dimana saja dan kapan saja.

Melalui Instagram, para pengguna bisa menyebarkan konten apa saja dalam bentuk gambar dan video. Konten-konten yang disebar pun juga bermacam-macam dari gaya hidup pribadi sampai dengan tutorial masak-memasak dan lain sebagainya. Mereka mempunyai sebuah ruang untuk mereka dapat menunjukkan eksistensinya di masyarakat, salah satunya melalui instagram. Salah satu konten yang sedang marak di Instagram adalah konten tutorial *makeup* dari berbagai *beauty influencer*. melalui media sosial, Instagram sendiri merupakan sebuah situs web berbagi video dan foto, dimana pengguna dapat mengunggah konten yang disesuaikan dan memilih sendiri foto ataupun video yang ingin disebar. Alasan memilih media Instagram karena merupakan sumber dari video atau foto yang disebar oleh @andreaslukita_. Bahkan Instagram sekarang menjadi bagian dari media *mainstream* dan kekuatan yang harus diperhitungkan di budaya populer kontemporer, dilihat dari kenaikan Instagram yang sangat menonjol dan pesat diberagam kontennya seperti hasil riset yang sudah dipaparkan di atas.

Melaui media sosial Instagram tentunya menjadi salah satu wadah yang tepat untuk mengekspresikan atau memvisualisasikan diri Andreas Lukita sebagai seseorang yang memiliki identitas androgini. Istilah androgini sudah tidak asing lagi didengar oleh khalayak luas, namun hal tersebut masih sangat tabu diperbincangkan di Indonesia karena Indonesia masih kental dengan adat istiadat dan budaya yang mengikat. Oleh karena kurangnya pengetahuan mengenai identitas gender androgini itu sendiri, sehingga dalam penelitian ini peneliti ingin menggunakan pendekatan Semiotika untuk melihat lebih dalam upaya untuk menggambarkan berbagai pilihan makna yang tersedia melalui tanda-tanda yang digunakan, serta mencari makna androgini pada akun Instagram @andreaslukita_. Bagaimana media sosial Instagram sebagai tempat untuk mengaktualisasikan diri dalam merepresentasikan identitas gender androgini dilihat dari segi semiotika

merupakan hal yang menjadi perhatian pada rumusan masalah dalam penelitian ini dengan fokus penelitian pada seorang *influencer* yaitu @andreaslukita_.

1.2 Fokus Penelitian

Androgini merupakan perkembangan peran gender dimana diri maskulin dan feminin hadir secara bersamaan sehingga individu androgini dapat memunculkan karakter maskulin dan feminin secara bersamaan. Konsep identitas androgini sendiri di Indonesia masih sangat awam atau bisa dibilang belum cukup dikenal oleh masyarakat luas di Indonesia. Beberapa masyarakat Indonesia memiliki keyakinannya bahwa peran gender harus sejalan lurus atau sesuai dengan jenis kelamin. Hal ini pada akhirnya menimbulkan pro dan kontra di masyarakat Indonesia. Kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai konsep identitas androgini, membuat pemikiran bahwa individu yang memiliki identitas androgini merupakan bagian dari homoseksual dan *transgender*.

Selebgram yang juga dikenal sebagai seorang *beauty influencer*, Andreas Lukita adalah salah satu orang yang menunjukkan dirinya di media sosial sebagai androgini. Setiap konten atau postingan yang ia sebarkan melalui akun Instagram pribadinya, memvisualisasikan dan menjelaskan gaya androgini. Instagram pribadi milik Andreas Lukita menjadi salah satu media yang mampu merepresentasikan gaya androgininya kepada masyarakat.

Melalui tanda-tanda androgini yang ia tampilkan melalui akun Instagram pribadi miliknya, menjadi bahan dan fokus penelitian. Sehingga, penelitian ini memfokuskan pada representasi identitas androgini oleh Andreas Lukita melalui akun Instagram miliknya yang dianalisis melalui analisis semiotika Roland Barthes.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, pertanyaan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah representasi identitas androgini dalam akun Instagram @andreaslukita_?

2. Bagaimanakah makna denotasi, konotasi dan mitos dari identitas androgini yang ditampilkan dalam akun Instagram @andreaslukita_

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui representasi identitas androgini salah satu influencer yaitu Andreas Lukita dalam media sosial Instagram.
2. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui makna denotasi dan konotasi serta mitos mengenai identitas androgini yang ditampilkan oleh Andreas Lukita melalui akun Instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah:

Memperkaya wawasan tentang berbagai macam gender dalam hal ini mengenai androgini serta menambah referensi mengenai penelitian kualitatif dan diharapkan dapat memberikan sumbangan landasan pemikiran pada ilmu komunikasi mengenai studi analisis semiotika pada representasi identitas androgini.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca agar dapat memahami makna dan tanda yang disampaikan melalui media sosial khususnya Instagram.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lainnya terkait sebagai penambahan referensi pengetahuan mengenai representasi identitas androgini dalam media sosial Instagram.

1.6 Sistematika Penelitian

Grace Evarisna, 2020

Representasi Identitas Androgini Dalam Akun Instagram @Andreaslukita_ (Analisis Semiotika Roland Barthes)
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

Hasil penelitian yang didapatkan setelah dilakukan analisis kemudian akan disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai hal-hal umum, dalam sebuah penulisan karya ilmiah, yang terdiri dari signifikansi penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis mengumpulkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis, menguraikan apa saja konsep-konsep yang umum dan khusus yang berhubungan dengan penelitian penulis dan kerangka berpikir.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjabarkan mengenai cara dan prosedur bagaimana kegiatan penelitian dilakukan. Bab ini juga digunakan agar mampu menjawab suatu permasalahan atau pertanyaan penelitian. Hal yang tercakup dalam Metodologi Penelitian terdiri dari : Pendekatan Penelitian, Jenis Penelitian dan Metode Penelitian.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas secara lengkap mengenai hasil analisa penelitian untuk memberikan jawaban terhadap masalah penelitian.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang ditarik oleh peneliti dari Bab 1 sampai Bab 4 yang berkaitan dengan fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Bab ini juga berisi tentang saran yang peneliti buat.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka ini memuat berbagai referensi yang digunakan peneliti untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian ini.