

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

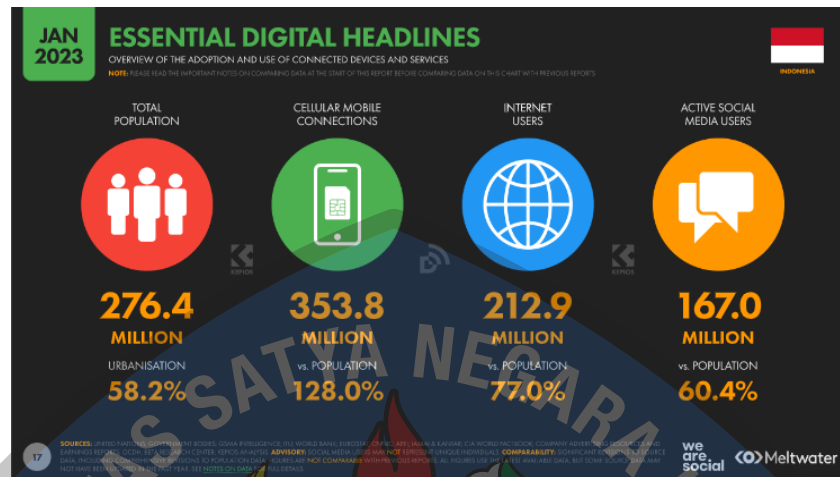
Tidak ada orang yang tidak menerapkan proses komunikasi dalam aktivitas kesehariannya. Komunikasi mengacu pada perilaku manusia ketika memenuhi kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain. Komunikasi merupakan proses penggunaan tanda-tanda dan simbol-simbol yang mendatangkan makna bagi orang atau orang-orang lain (Sarbaugh, 1993 dalam Vera, 2022: 1)

Dengan adanya internet, sekarang kita dapat memperoleh informasi dan berkomunikasi dengan mudah dan cepat. Menurut Richard Hunter (2002) media sosial yang merupakan bagian dari internet (media baru) tersebut menjadi pilihan bagi masyarakat untuk berkomunikasi dan mengakses informasi maupun hiburan. Mengulas dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka (Nasrullah, 2017:1)

Media baru berarti penggunaan teknologi dalam masyarakat modern. New Media adalah platform komunikasi yang digunakan untuk berkomunikasi untuk semua tujuan yang diinginkan, baik untuk mencari hiburan, pengalaman dan pengetahuan serta kebutuhan hidup yang bersinggungan dengan teknologi komunikasi. (Mahyuddin, 2019: 18)

Menurut Van Dijk (2013) dalam Nasrullah (2017:11) media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat

dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

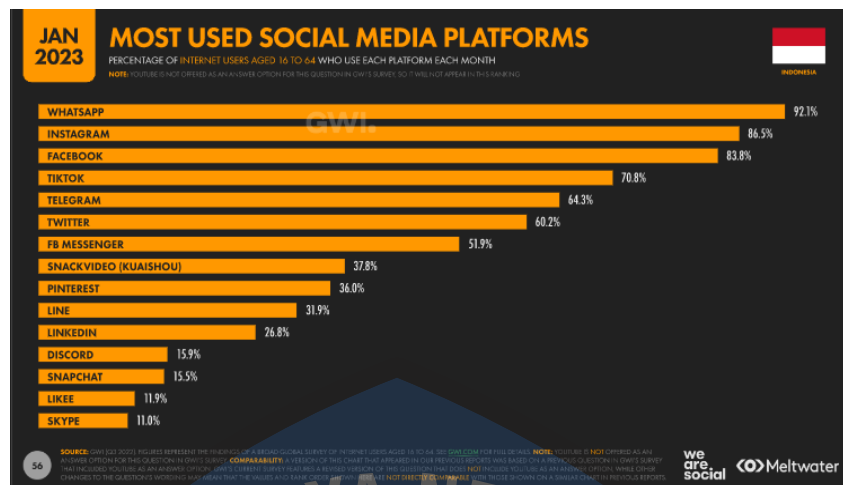


**Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia**

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Berdasarkan data salah satu lembaga riset *We Are Social* disebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta jiwa sepanjang tahun 2023. Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yakni sebanyak 276,4 juta jiwa, maka bisa dikatakan bahwa 77,0% penduduk Indonesia sudah mengakses internet. Menariknya dari 212,9 juta orang yang menggunakan internet 167,0 juta diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial mencapai 167,0 juta jiwa atau 60,4% dari populasi.

Lembaga riset tersebut juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar dengan media sosialnya. Sebagian besar dari pengguna tersebut mengakses media sosial melalui perangkat telepon gengam.



**Gambar 1. 2 Grafik Platform Sosial Media Terfavorit**

**Sumber:** <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Salah satu media sosial yang kini sedang populer adalah *Instagram* dengan jumlah pengguna di Indonesia sebanyak 86,5%. *Instagram* berhasil menempati posisi kedua sebagai sosial media *favorite* setelah *whatsapp* dengan jumlah pengguna di Indonesia sebanyak 92,1% menurut *survey we are sosial* ditahun 2023.

*Instagram* merupakan salah satu dari banyak aplikasi media sosial yang digunakan untuk membagikan foto maupun video. *Instagram* sekarang sudah melakukan inovasi sehingga terintegrasi dengan *Facebook*. Inovasi *instagram* tersebut memungkinkan teman *Facebook* penggunanya mengikuti akun *instagram* yang dimilikinya ( Irfan dan Anastasya, 2021: 22).

Media massa yang kini semakin berperan sentral dalam masyarakat dan mengontrol pembentukan identitas sosial melalui berbagai produk dan karakteristiknya, juga menjadi instrumen yang efektif untuk membentuk dan menyebarkan konstruksi gender di masyarakat. Konstruksi gender yang terdapat di publik membentuk ketidakadilan gender. Bentuk-bentuk ketidakadilan nampak jelas di tengah publik khususnya di negeri tumbuh semacam Indonesia yang

kebanyakan menganut sistem patriarki. Patriarki berasal dari kata patriarki, yang berarti struktur yang menempatkan peran rakyat sebagai satu-satunya, sentral, dan penguasa segalanya. Sistem patriarki dominasi sosial budaya menyebabkan perbedaan gender dan ketidakadilan yang mempengaruhi berbagai aspek usaha manusia. (Rokhmansyah, 2016:32)

Menurut Sharyn (2010), keberadaan laki-laki dan perempuan merupakan dua kondisi yang sering dibedakan antara jenis kelamin (*seks*) dan pembagian peran (*gender*). Istilah ini berasal dari Bahasa Latin, *genus* yang berarti macam, jenis atau kelas. Istilah gender untuk menggambarkan makna menjadi seorang laki-laki atau perempuan terlepas dari perbedaan biologis. (Fhebrianty dan Oktavianti, 2019: 275).

Gender adalah suatu sifat yang melekat pada kaum laki laki dan perempuan yang dikonstruksikan secara sosial dan kultural melalui proses panjang. Jadi, gender merupakan konstruksi sosiokultural yang pada dasarnya merupakan interpretasi kultur atas perbedaan jenis kelamin. (Rokhmansyah, 2016)

Melalui media sosial instagram untuk memperoleh banyak perhatian dari orang lain dan ingin dikenal oleh banyak khalayak luas. Perkembangan androgini pun tidak dapat dilepaskan dari perkembangan teknologi terutama media sosial instagram. Perkembangan instagram membuat masyarakat bebas mengekspresikan diri melalui foto dan video yang mereka unggah. Fenomena ini dimanfaatkan oleh individu androgini untuk mengungkapkan dirinya melalui instagram. Kini aplikasi berbagi foto itu dimanfaatkan oleh androgini untuk mengungkapkan dirinya.

Menurut Block, androgini adalah tingkat yang cukup tinggi dari kutub peran gender. Hal ini menyatakan bahwa seorang individu androgini dapat memiliki skor yang sama-sama tinggi dalam dua karakteristik. Setiap manusia dengan jenis kelamin laki-laki atau perempuan memiliki kedua unsur feminin dan maskulin. Namun, yang membedakannya adalah kadar yang dimiliki oleh individu tersebut. Individu androgini bisa memiliki ciri feminin dan maskulin yang sama-sama tinggi (Agustang, 2015 dalam Fhebrianty dan Oktavianti, 2019:275).

Androgini merupakan *style fashion* yang tidak mementingkan adanya *gender*. Dalam androgini, perempuan dapat memakai busana pria begitu juga sebaliknya (Liem, Githapradana, Purnomo 2020).

Menurut Bem (1981) menyatakan bahwa, secara psikologis androgini merujuk pada individu yang melewati standar (*sex-type*) yang dipercayai oleh sosial dan kebudayaan masyarakat. Maksudnya adalah masyarakat meyakini bahwa satu individu hanya mempunyai sifat (maskulin/feminin) saja. Bem menyadari bahwa masyarakat tidak setuju akan adanya perkembangan karakteristik feminin dan maskulin dalam satu individu, akan tetapi *psychological androgyn* dapat mengembangkan perilaku tersebut. Sehingga, individu androgini adalah individu yang menggabungkan sifat feminin dan maskulin dalam tubuhnya, dan mereka juga mempunyai kualitas feminin dan maskulin pada dirinya (Anindya, 2016:112)

Konsep androgini di dunia fashion juga disebut dengan istilah *genderless fashion*. Hal ini mengacu pada tidak adanya batasan preferensi seksual di tampilan tersebut. Dengan keunikan tampilan androgini ini, *genderless fashion* tidak serta merta bisa diterima oleh masyarakat. Preferensi seksual yang bias

ini dianggap tabu bagi sebagian masyarakat. Beberapa kalangan masyarakat menganggap penganut gaya fashion androgini sebagai bagian dari komunitas LGBT (*lesbian, gay, biseksual, transgender*). Padahal kenyataannya tidak selalu demikian. Sebagian penganut gaya fashion androgini hanya sekedar ingin mengeskpresikan dirinya dengan lebih bebas tanpa tuntutan sosial tertentu dari masyarakat. Gaya fashion androgini memiliki kecenderungan untuk mengeliminasi identitas gender dan berusaha menggabungkan kedua karakter gender ke dalam satu individu untuk menghindari stereotipe gender. Meskipun masih banyak yang masih belum bisa menerima tren gaya fashion androgini, tren ini berkembang cukup pesat dalam beberapa waktu belakangan. (Ciawita Atmadiratna Lautama, 2021: 5)

Pada perkembangannya, androgini menjadi konsep yang menuai pro dan kontra. Di masyarakat, istilah androgini tidak dikenal dan perkembangannya tidak sama ada di belahan benua lain. Keberadaan androgini di Indonesia sendiri mulai diketahui oleh masyarakat seiring dengan munculnya berita-berita mengenai *lesbian, gay, bioseksual, dan transgender* (LGBT). Meskipun begitu androgini bukan bagian dari LGBT, karena androgini merupakan sebuah identitas perkembangan peran gender. Peran gender menetapkan bagaimana seharusnya perempuan dan laki-laki berpikir, bertingkah laku dan berperasaan (Wiidyawati, 2021: 51).

Istilah yang berkaitan lainnya dengan LGBT adalah Homoseksual, yang memiliki arti yaitu seseorang yang cenderung mengutamakan orang yang berjenis kelamin sama sebagai mitra seksual disebut homoseksual, senada dengan arti

tersebut Oetomo mendefinisikan sebagai orientasi atau pilihan seks yang diarahkan pada seseorang atau orang-orang dari jenis kelamin yang sama atau ketertarikan seseorang secara emosional dan seksual kepada seseorang atau orang-orang dari jenis kelamin yang sama.

Lesbian, adalah istilah bagi perempuan yang mengarahkan orientasi seksualnya kepada sesama perempuan, selain itu juga diartikan wanita yang mencintai atau merasakan rangsangan seksual sesama jenisnya, wanita homoseks. Istilah ini juga merujuk kepada perempuan yang mencintai perempuan baik secara fisik, seksual, emosional, atau secara spiritual.

Gay merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan seorang pria yang secara seksual tertarik kepada sesama pria dan menunjukkan pada komunitas yang berkembang diantara orang-orang yang mempunyai orientasi seksual yang sama. Istilah gay biasanya dikontraskan dengan *straight*.

Biseksual adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan orang-orang yang tertarik kepada dua jenis kelamin sekaligus, jadi tipe ini tertarik pada laki-laki juga tertarik pada perempuan. Transgender merupakan istilah untuk orang yang cara berperilaku atau penampilannya tidak sesuai dengan jenis kelaminnya, misalnya cowok tetapi tingkah laku dan sikapnya seperti cewek, bahkan berpakaianpun seperti cewek atau sebaliknya. Sedangkan transeksual berbeda dan transgender, transeksual adalah orang yang merasa identitas gendernya berbeda dengan orientasi seksualnya, orang ini merasa bahwa dirinya terjebak pada tubuh yang salah. (Dhamayanti, 2022: 213)

## Warga Menolak Beauty Vlogger Jovi Adhiguna di Kota Balikpapan, Begini Respon GNPF Balikpapan

Senin, 7 Oktober 2019 15:58

Penulis: **Jino Prayudi Kartono** | Editor: **Rita Noor Shobah**

**TRIBUNKALTIM.CO, BALIKPAPAN** - Ribuan warga menolak keras hadirnya salah seorang Beauty Vlogger Jovi Adhiguna yang akan hadir di salah satu mal di Balikpapan.

Hal itu karena adanya isu LGBTQ ketika mengadakan kegiatan berupa meet and greet tersebut.

Selain warga yang menolak melalui petisi, Ketua GNPF Balikpapan juga mengancam keras kegiatan meet and greet di kota Balikpapan tersebut.

Menurutnya kegiatan bertajuk temu antar fans itu hanya kamufase sebagai kampanye LGBTQ saja.

Bahkan ia meyakini kegiatan tersebut disinyalir dapat mengganggu perkembangan anak-anak.

"Kami mengancam keras dengan adanya ide ini. Yang kami takutkan bagaimana dengan anak-anak yang menonton. Itu bisa merusak akhlak mereka," ucapnya.

Untuk itu ia dan beberapa ormas Islam di kota Balikpapan akan mengadakan rapat koordinasi pada Senin malam ini.

Tujuan dari rapat itu akan menghasilkan sebuah keputusan penolakan terhadap kegiatan tersebut.

## Pemimpin Perempuan Harus Tipe Androgini

Kompas.com, Kamis, 3 Maret 2011 | 13:23 WIB



Editor: Pepih Nugraha

**JAKARTA, KOMPAS.com**- Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Linda Amalia Sari mengatakan, bukan hanya nama besar untuk menjadi perempuan calon pemimpin yang ideal 2014 nanti, tetapi harus juga memiliki sifat androgini.

Linda menjelaskan, sikap androgini adalah penggabungan antara sikap maskulin dan feminim. Tegas dalam mengendalikan situasi dan kondisi dan dilmbangi kelembutan saat berada pada situasi-situasi yang memang membutuhkan sikap itu.

"Kepemimpinan androgini dimana perempuan memiliki kemampuan menyeimbangkan kualitas baik secara maskulin maupun feminim. Perempuan harus mampu menunjukkan jati diri sebagai pemimpin. Tidak perlu meniru seperti laki-laki tapi juga tidak malu menunjukkan kelembutan sebagai wanita untuk situasi tertentu," kata Linda dalam sambutan di diskusi Kepemimpinan Indonesia 2014 Laki atau Perempuan, di Gedung Kowani, Kamis (03/03/2011).

dalam pemerintahan. Namun, hal itu bisa terwujud jika kemampuan sebagai tipe androgini bisa diperjuangkan, melalui pelatihan kemampuan manajerial, di antaranya kemampuan mengendalikan situasi apapun, mengawasi, memperbaiki, memberi inspirasi, kemampuan mengeluarkan keputusan dan tetap mengedepankan keadilan gender. Apalagi Undang-Undang Dasar 1945, menurut Linda, sudah menunjukkan adanya jaminan kesetaraan dalam memperoleh hak dalam negara, baik pria maupun wanita. Tergantung bagaimana implementasinya dalam masyarakat.

"Harus diperjuangkan dari sekarang agar berbagai sektor harus melibatkan perempuan dan pria dengan setara, tidak membedakan. Saya kira UUD 1945 sudah menjamin hak dan kewajiban terhadap semua warga termasuk perempuan dan laki-laki untuk mendukung itu," ujar Linda.

**Gambar 1. 3 Berita Androgini**

**Sumber: <https://kaltim.tribunnews.com>**

**<https://money.kompas.com>**



Berita Tribunnews, Jovi Adhiguna ditolak sebagian masyarakat Balikpapan di Market Word 2019 karena isu LGBT. Warga Balikpapan mengajukan petisi menentang kehadiran Jovi Adhiguna, dan Wali Kota Balikpapan Rizal Effendi membantalkan undangan untuk Jovi Adhiguna.

Sedangkan berita Kompas.com, Perempuan Indonesia menjadi pimpinan yang tipe androgini. Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Linda Amalia Sari mengatakan bahwa, bukan hanya nama besar untuk menjadi perempuan calon pemimpin yang ideal tetapi harus memiliki sifat androgini.

Di Indonesia, komunitas androgini secara terbuka menunjukkan identitasnya kepada publik, terutama melalui media massa atau media sosial. Melalui media sosial seperti instagram, androgini semakin dikenal dan dilihat publik oleh beberapa seperti Jovi Adhiguna, Wisnu Genu sebagai *fashion stylist* serta Darell Ferhosta sebagai model androgini yang berani menampilkan dirinya sebagai sosok androgini.



**Gambar 1. 4 Profil Akun Instagram Laki-laki Androgini**

Sumber : *Instagram* ( diakses pada tanggal 04 Mei 2023)



**Gambar 1. 5 Profil Akun Instagram @joviadhiguna**

Penulis memilih Jovi Adhiguna sebagai subjek penelitiannya karena Jovi Adhiguna merupakan salah satu androgini yang tidak hanya menggunakan pakaian dan aksesoris wanita, tetapi juga *make up* seperti wanita pada umumnya.

Jovi Adhiguna mulai membuat akun Instagram pada tanggal 09 April 2015. Akun tersebut adalah @joviadhiguna dengan 835.000 pengikut dan 1.532 postingan. Jumlah pengikut dan postingan terkait gaya hidup, kecantikan, dan fashion androgini yang dilihat pada 10 Maret 2023.

Jovi Adhiguna yang berprofesi sebagai *content creator*. Jovi Adhiguna mengunggah foto-foto gaya androgini di akun Instagramnya untuk menyadarkan masyarakat Indonesia yang baru mengenal androgini tentang konsep androgini.

Media sosial instagram dapat dilakukan oleh Jovi Adhiguna melalui ciri khas yang diunggahnya di instagram. Pengguna media sosial, misalnya mengunggah foto dan video serta menambahkan caption pada foto dan video. Saat menulis, pengguna media sosial juga dapat diidentifikasi, misalnya dengan nama profil, informasi atau konten, misalnya dalam bentuk keterangan atau deskripsi

foto. Jovi Adhiguna sebagai androgini dalam objek postingan foto yang diposting di akun instagramnya yang akan diteliti lebih dalam oleh penulis menggunakan pendekatan semiotika. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah Bagaimana Makna Androgini dalam akun Instagram @Joviadhiguna?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Makna androgini pada Jovi Adhiguna di akun Instagram.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi manfaat secara teoritis dan secara praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya tentang teks didalam konten media sosial.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai referensi kajian teks makna bagi peneliti lainnya, serta dapat dijadikan suatu bahan rujukan oleh para peneliti dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai masalah sejenis.

