

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Androgini adalah istilah seseorang dimana menunjukkan pembagian peran dalam karakter maskulin dan feminin pada saat yang bersamaan. Berdasarkan hasil paparan dari Seminar Nasional mengenai perkembangan peran jender dalam perspektif teori androgini menyatakan bahwa androgini dapat terjadi pada laki-laki maupun perempuan (Andi Tenri Pada Agustang et al., 28-29 November 2015). Keberadaan androgini di Indonesia sendiri mulai diketahui oleh masyarakat seiring dengan munculnya berita-berita *lesbian, gay, biseksual, dan transgender* (LGBT)

(http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/02/160224_indonesia_bissu_gender). Meskipun begitu androgini bukanlah bagian dari LGBT karena androgini merupakan sebuah identitas perkembangan peran gender (Agustang et al., 28-29 November 2015). Peran gender menetapkan bagaimana seharusnya perempuan dan laki-laki berpikir, bertingkah laku, dan berperasaan (Santrock, 2002). Pemikiran bahwa aspek maskulin dan feminin mampu saling melengkapi dan bukan bertentangan memunculkan konsep androgenitas yang memadukan kedua peran gender laki-laki dan perempuan yakni maskulin dan feminin dalam diri individu sama tinggi (Setyaningsih, 2009).

Fenomena androgini menimbulkan pro dan kontra di masyarakat Indonesia. 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 (Felicia Goenawan. 2007. Media, Teknologi dan Masyarakat Gender dan Website Vol. 1). Sehingga membuat seorang androgini kerap mengalami berbagai bentuk diskriminasi di lingkungan masyarakat karena dianggap menyimpang yakni berbeda atau melanggar norma peran gender ideal (Garnets & Pleck, 1979).

Sebagian besar masyarakat Indonesia hanya mengakui gender laki-laki yang adalah maskulin dan gender perempuan yang adalah feminin dan diluar dari kedua gender tersebut merupakan sesuatu hal yang menyimpang. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 tahun 1974 tentang Perkawinan di Indonesia pada pasal 1 menyatakan dengan jelas bahwa perkawinan yang diakui adalah antara seorang laki-laki dengan seorang perempuan (https://portal.mahkamahkonstitusi.go.id/eLaw/mg58ufsc89hrsg/UU_1_1974_ok.pdf). Sterotip mengenai gender dapat dilihat melalui tampilan fisik dan psikologinya. Identifikasi penampilan laki-laki cenderung ditonjolkan dalam aspek kekuatan fisik, yaitu memiliki tubuh atletis berotot, tubuh yang kuat, terampil, tidak memakai *make up*, gesit, berambut pendek, dan tidak mengenakan perhiasan. Sedangkan tampilan fisik perempuan digambarkan cantik, berambut panjang, memakai *make up*, langsing, dan kulit halus (Rendra, 2006: 41-66).

Perempuan dianggap bijaksana, sensitif, dan dapat mengasuh, sedangkan laki-laki dianggap agresif, kaku dan dominan. Hal ini menjelaskan konstruksi sosial peran gender di masyarakat harus sesuai karakteristik biologis (Meutia Nauliy, 2002).

Namun begitu, di Indonesia sebenarnya secara budaya memiliki tradisi yang memperkenalkan keberadaan gender atau jenis kelamin selain laki-laki dan perempuan. 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 tari Indonesia juga mengenal adanya peran-peran *cross gender* seperti tari lengger lanang dari Banyumas dan ludruk dari Jawa Timur (http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/02/160224_indonesia_bissu_gender).

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 mengerti konsep gender membuat tertanamnya pola heteronormatif (aruspelangi.org). Identifikasi diri sebagai laki-laki harus maskulin dan perempuan harus feminin merupakan landasan sebuah identitas diri yang dianggap normal atau ideal.

Melalui media massa sebagai sarana penyampaian pesan dan informasi, media menjadi salah satu agen budaya 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).

Melalui media sosial istilah androgini mulai populer dilihat dari beberapa selebgram yang mengekspresikan gayanya sebagai seorang androgin. Laki-laki androgini di Indonesia yang telah diketahui dan dikenal karena penampilannya yang unik antara lain Oscar Lawalata (perancang busana), Darell Ferhostan (model), Tex Saverio (perancang busana), Millendaru Prakasa (selebgram), Jovi Adhiguna Hunter (selebgram dan *fashion stylish*), AJ (*cover dance K-Pop*) dan Wisnu Genu (selebgram dan *fashion stylish*) (<http://style.tribunnews.com/>; <https://brilistyle.brilio.net>). Keunikan mereka menjadi salah satu ikon yang sering diperbincangkan mulai dari penampilannya hingga kehidupan pribadinya hingga memunculkan banyak pro dan kontra, bahkan *bullying* terhadap gaya dan identitas gender mereka.

Androgini telah banyak dipromosikan dalam dunia *fashion* dan budaya pop. Bahkan berpenampilan androgini telah ada dan terkenal sejak tahun 1970-an (Waridah, 2010). Beberapa artis laki-laki Amerika yang mempersentasikan dirinya dalam penampilan androgin adalah musisi Boy George, David Bowie, Prince dan Michael Jackson. Tidak hanya laki-laki *entertainers* androgini

perempuan seperti Madonna, Cyndi Lauper, dan Annie Lennox juga dinilai mengkombinasikan gaya feminin dengan beberapa ciri pemberontakan dan kebebasan. Adam Lambert, Lady Gaga, Rock Glam Rock Goth, Synthpop band Cinema Bizarre dan Berlin juga memiliki daya tarik androgini. Menurut artikel dari Yale Globalist mengenai “*The Androgyny Revolution*” dalam budaya populer Asia, Choi Siwon merupakan seorang androgin. Dengan hal ini telah menunjukkan bahwa androgini tidak hanya telah ditampilkan melalui *fashion*, tetapi juga musik, film dan animasi (<https://www.psychologytoday.com/blog/beautiful-minds/200912/george-and-lennox-gaga-and-lambert-androgyny>). Dan melalui media sosial, mereka mempunyai sebuah ruang untuk mereka dapat menunjukkan eksistensinya di masyarakat, salah satunya melalui YouTube dalam konten *video blog*.

YouTube sendiri merupakan sebuah situs web berbagi video gratis, dimana pengguna dapat mengunggah konten yang disesuaikan oleh YouTube *Channel* dan memilih sendiri video yang ingin ditonton, dan berbagi klip video secara gratis. Alasan memilih media YouTube karena merupakan sumber dari video online dan komunitas pengguna potensial. Bahkan YouTube sekarang menjadi bagian dari media mainstream dan kekuatan yang harus diperhitungkan di budaya populer kontemporer, dilihat dari kenaikan YouTube yang sangat menonjol dan pesat diberagam kontennya (Jean dan Joshua, 2009).

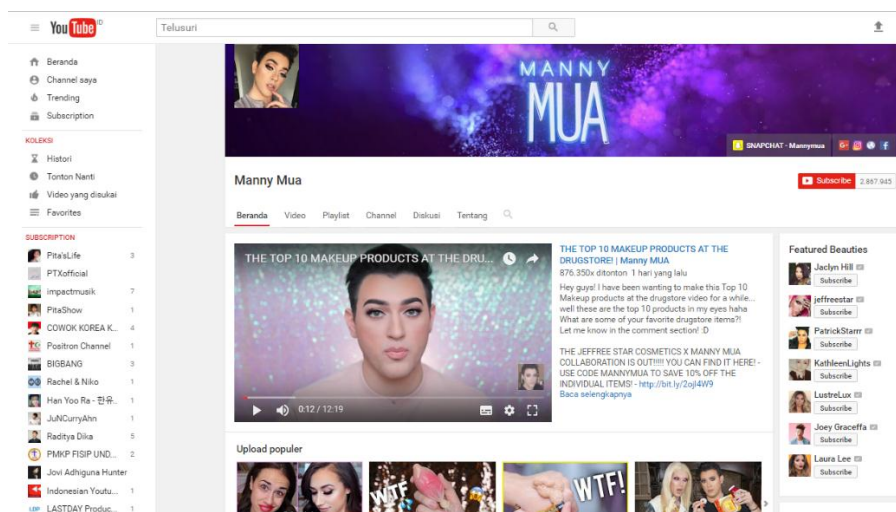
Dengan memanfaatkan platform video di YouTube, konsep *video blog* atau *vlog* menawarkan kepada penonton mengenai kehidupan pribadi *vloggers*, dan memberikan *update* mengenai kehidupan mereka bahkan menawarkan

komentar sosial. Menurut laman *Urban Dictionary*, *vlog* merupakan video dokumentasi berisi tentang hidup, pikiran, opini dan ketertarikan. Singkatan dari *Vlog* sendiri adalah *video blog* yang merupakan bentuk pengembangan visual dari konsep blog yang adalah tertulis (Eribka Ruthellia, Mariam Sondakh, Stefi Harilama, 2017).

Menjadi seorang *vlogger* tidak hanya sekedar hobi bahkan pekerjaan yang sangat *viral* terjadi di Indonesia dan hal ini juga terjadi di berbagai negara di dunia seperti Amerika Serikat, Australia, Inggris dan negara lainnya. Beberapa *vloggers* terkenal di dunia seperti Casey Neistat, Eh Bee Family, Liza Koshy dan lainnya. Di Indonesia juga terdapat beberapa *vloggers* terkenal seperti Agung Hapsah, Reza Oktovian, Chandraliow, Fathia Izzati dan banyak lainnya. Melalui YouTube dengan konten *video blog*, seorang androgini juga dapat menunjukkan eksistensinya dalam kreativitasnya. Di YouTube terdapat *vlogger* yang mempunyai ciri atau karakter sebagai laki-laki feminin yaitu dengan riasan *make up* adalah Manny Gutierrez dengan nama akun YouTube Manny Mua. Manny adalah seorang *beauty influencer* sekaligus menjadi *brand ambassador* laki-laki yang memperkenalkan produk kosmetik Maybelline (wolipop.detik.com). Dalam akun YouTubanya ia telah memiliki jumlah *subscriber* mencapai 2.853.535 orang. Sebagian besar videonya mengenai cara merias muka atau *tutorial make up* dengan ciri khas riasan muka perempuan. Melalui pernyataannya di YouTube, Manny mengatakan:

“I’m a boy beauty vlogger. I believe makeup is genderless and no rules. Honestly I believe that men can wear makeup, teach makeup and vlog about it just as much as girls..”

Gambar 1.1
 Screenshot akun YouTube Manny Mua

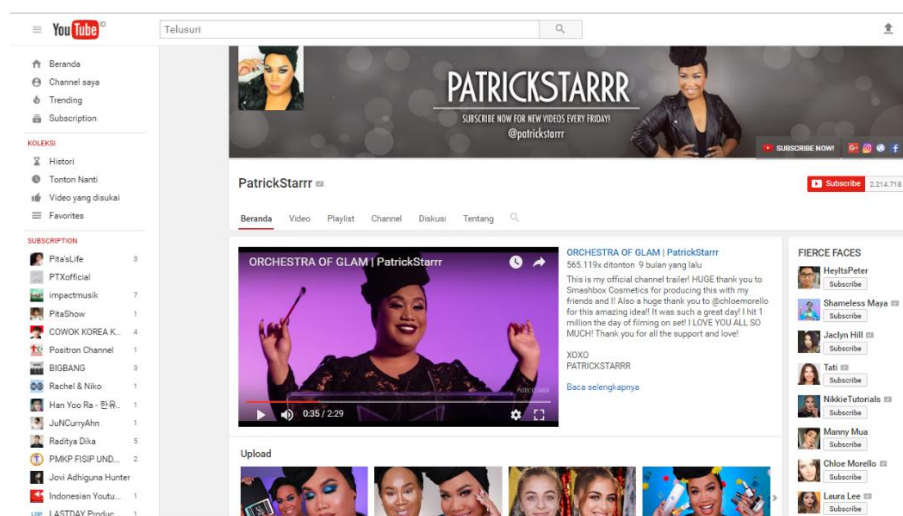


Sumber : <http://www.youtube.com/mannymua/>

Vlogger lainnya yang adalah laki-laki namun terlihat feminin yaitu PatrickStarr atau Jovel Ramos adalah seorang model laki-laki yang suka menunjukkan tampilannya dengan riasan perempuan pada wajahnya, serta mengajarkan cara untuk berdandan. Sampai saat ini jumlah *subscribers* nya telah mencapai 2.206.585 orang. Ia juga adalah seorang *beauty influencer*, selebgram Instagram dan juga *brand ambassador* produk kosmetik Anastasia Beverly Hills dan Milk Makeup (wolipop.detik.com). Melalui pernyataannya di YouTube video *The Power of MakeUp*, Patrick mengatakan:

*“I represent to you the power of makeup and I want to share my information of the power of makeup on my face because **I’m a boy but I loves to wear makeup.**”*

Gambar 1.2
Screenshoot akun YouTube PatrickStarr

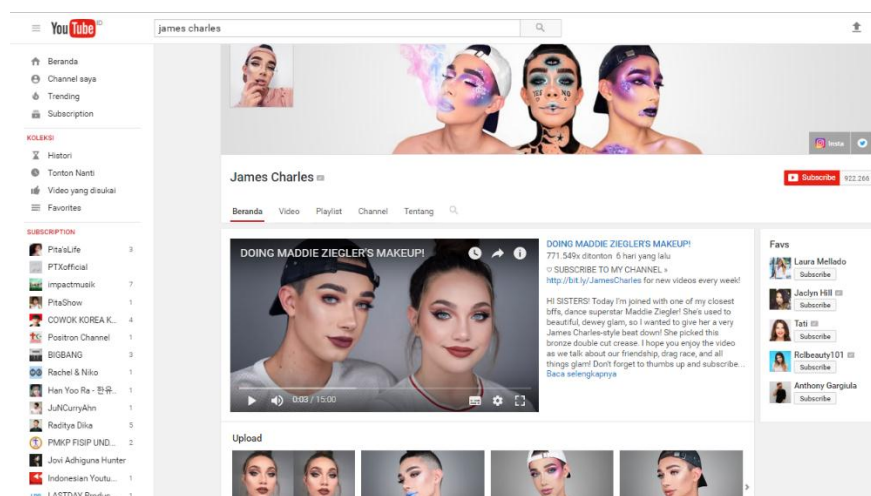


Sumber : <http://www.youtube.com/patrickstarr/>

Selanjutnya James Charles, ia juga adalah seorang *beauty influencer* dan *vlogger*. Selain itu laki-laki berusia 17 tahun ini juga menjadi *brand ambassador* CoverGirl dan menjadi wajah produk terbaru CoverGirl (wolipop.detik.com). Dalam akun YouTube-nya ia menunjukkan *tutorial makeup* dan beberapa konten *challenge*. Jumlah *subscriber* pada akunnya telah mencapai 922.266 orang. Pernyataannya di YouTube juga merupakan hal yang menarik

*“Hey YouTube, this is my makeup, beauty and lifestyle channel! **Makeup is a one size fits all**”*

Gambar 1.3
Screenshoot akun YouTube James Charles



Sumber : <http://www.youtube.com/jamescharles/>

Di Indonesia juga terdapat seorang androgini yang membuat akunnya di YouTube yaitu Jovi Adhiguna Hunter atau yang lebih sering disapa Jovi. Ia merupakan seorang *vlogger* yang unik dalam penampilannya. Akun Jovi dianggap *antimainstream* karena ia memiliki selera berbeda dari kebanyakan orang yang mengenakan pakaian yang sesuai dengan dengan jenis kelamin dan gendernya. Dari sudut pandang budaya Indonesia sosok Jovi dengan penampilan dan karakternya merupakan sosok yang dianggap menyimpang. Ia sering menggunakan pakaian perempuan dan terkadang menggunakan *make up*, seperti *eyeliner*, bedak, dan *lipstick*. Gayanya yang nyentrik menjadi kelebihanannya sendiri

dalam setiap video yang diunggahnya. Bukan untuk mendapatkan simpati atau hanya untuk mengundang *subscriber* tetapi ia mengaku bahwa ia nyaman untuk berpakaian dan bergaya seperti itu. Hal ini menimbulkan pro dan kontra dari setiap yang menonton videonya di YouTube. Motif dari para subscriber pun beragam. Beberapa dari mereka men-subscribe akun channel Jovi karena ingin mengetahui perkembangan video yang diunggahnya dan menyukai gaya hidup, cara berbusana dan karakter Jovi. Hal ini berkaitan dengan cara seorang Jovi dalam mengekspresikan dirinya dalam hal berpakaian dan lainnya. Sebagian besar *subscriber* menerima dan menyukai gaya penampilannya, tetapi tidak banyak juga yang mengejek dan berkomentar kasar pada videonya bahwa itu menjadi sesuatu yang tidak baik. Meskipun begitu dari 20 September 2015 sampai saat ini Jovi telah mempunyai 95.392 *subscribers* dengan jumlah 89 video yang telah diunggah (www.youtube.com/joviadhiguna/).

Gambar 1.4
Screenshot akun YouTube Jovi Adhiguna Hunter



Sumber : <http://www.youtube.com/joviadhiguna/>

Penampilan Jovi selama ini yang di tunjukkan dalam videonya sebagai androgini merupakan ekspresi dan presentasi dirinya. Jovi yang berprofesi sebagai *fashion* stylist membuat dirinya sadar akan perkembangan gaya *fashion* yang unik. Namun gaya dan sikapnya yang cenderung seperti perempuan membuat tanggapan negatif dari para penonton YouTube *channel*nya. Beberapa konten yang telah dibuat Jovi mulai dari *daily vlog*, *story time*, *Q&A*, *fashion* dan *mail time*. Melalui vlognya Jovi mencoba memvisualisasikan gaya androgininya untuk pandangan masyarakat Indonesia yang masih awam terhadap konsep androgini.

Alasan pemilihan Jovi Adhiguna Hunter sebagai *vlogger* dalam penulisan ini adalah karena ia merupakan *vlogger* Indonesia yang berani untuk menunjukkan gaya androgini dalam setiap video unggahannya di YouTube dan ia seorang *influencer* yang memiliki *subscriber* dan *followers* di setiap akun media sosialnya. Tidak hanya itu ia juga cukup berpengaruh juga menjadi inspirasi dalam setiap kegiatan *talkshow* mengenai konten YouTube ataupun *fashion* dan baru-baru ini mendapatkan penghargaan dalam BeautyFest Asia sebagai pemenang kategori *Breakout Creator of the year*.

Berdasarkan penampilan Jovi yang adalah seorang laki-laki namun terlihat feminin dan kesukaannya mengabadikan kehidupan pribadinya melalui *vlog*, penulis tertarik untuk mengkaji mengenai bagaimana representasi androgini menurut Jovi Adhiguna melalui *vlog-vlog*nya dan diharapkan melalui penelitian ini mampu merubah cara pandang masyarakat terhadap androgini.

1.2. Rumusan Masalah

Androgini adalah perkembangan peran gender dimana diri maskulin terintegrasi ke dalam ciri feminin. Hal ini membuat individu androgini dapat memunculkan karakter maskulin dan feminin dengan nilai yang kuat bahkan memungkinkan untuk muncul secara bersamaan. Konsep androgini di Indonesia masih awam atau belum dikenal oleh kebanyakan masyarakat Indonesia. Dapat dikatakan bahwa hanya sebagian kelompok dalam lingkup eksklusif yang mengerti dan mengetahui tentang androgini, seperti dalam dunia fashion dan seni. Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia dengan segala keyakinannya terhadap peran gender yang harus sesuai dengan jenis kelamin (ideologi heteronormativitas), menyatakan bahwa androgini adalah sebuah penyimpangan. Hal ini menimbulkan pro dan kontra di masyarakat Indonesia.

Kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai konsep androgini, membuat pandangan bahwa individu androgini yang bergaya lebih feminin untuk ukuran seorang laki-laki, menstereotipkan bahwa androgini adalah kelompok homoseksual dan transgender. Di Indonesia, individu androgini belum ada yang mengaku dan menunjukkan identitasnya secara terang-terangan kepada publik, terutama melalui media massa ataupun media sosial. Meski kasus androgini sudah ada sejak lama, namun di Indonesia tidak ada individu androgini yang berani mengungkapkan identitasnya. Selebgram Jovi Adhiguna Hunter adalah salah satu yang mengakui dirinya sebagai androgini, dan ia menunjukkannya melalui media sosial YouTube hingga sekarang menjadi terkenal.

Di setiap *vlognya* Jovi memvisualisasikan dan menjelaskan gaya androgininya untuk pandangan masyarakat Indonesia yang masih awam terhadap

konsep androgini, selain itu ia juga berusaha untuk meyakinkan dan membuktikan identitasnya sebagai seorang androgini. Selama ini kebanyakan persepsi orang terhadap Jovi menganggapnya sebagai seorang waria dan hal tersebut adalah sesuatu yang sangat ditentang oleh Jovi Adhiguna. Vlog Jovi menjadi satu-satunya media yang mampu merepresentasikan androgini kepada masyarakat.

Dengan begitu melalui tanda-tanda androgini dalam *vlog* Jovi menjadi bahan untuk penulisan. Sehingga, penulisan ini mempertanyakan bagaimana representasi androgini yang dikemukakan oleh Jovi Adhiguna. Namun demikian, peneliti ingin melihat apakah dalam upaya mempresentasikan, Jovi justru memperkuat ideologi dominan tentang heteronormativitas.

1.3. Tujuan Penulisan

Dari penjelasan di atas, penulisan ini bertujuan untuk mengetahui representasi identitas androgini dan sikap Jovi terhadap ideologi heteronormativitas melalui *channel* YouTube *vlog* milik Jovi Adhiguna Hunter.

1.4. Signifikansi Penulisan

1.4.1. Signifikansi Teoritis

Secara akademis, penulisan ini diharapkan bisa menghasilkan sumbangan pemikiran tentang representasi androgini dan ideologi heteronormativitas dalam budaya dominan masyarakat melalui *vlog* di YouTube terhadap stereotip negatif terkait androgini.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Secara praktis, penulisan ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai bagaimana konsep androgini, yaitu sikap seseorang dalam berpenampilan dan gayanya yang sering dikonstruksikan oleh media dan opini publik.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Secara sosial, penulisan ini diharapkan dapat menjelaskan makna androgini ketika digunakan dalam kehidupan bersosial khususnya ketika menghadapi perbedaan ideologi dan juga dapat menjelaskan peran *vlog* bagi masyarakat heteroseksual.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 State Of The Art

Sebelum menuju pembahasan lebih mendalam, dari hasil penelusuran terhadap penulisan tentang representasi isi, penulis menemukan beberapa penulisan sebagai berikut. Penulisan tersebut antara lain sebagai berikut dalam tabel:

Nama Penulis dan Judul Penulisan	Metode Penulisan	Teori yang Digunakan	Hasil Penulisan
Elly Manika Maya Mahadi	- Metodologi penulisan kualitatif dengan	Semiotika Roland Barthes :	Dari hasil analisis denotasi, konotasi dan mitos terhadap representasi

<p>“Representasi <i>Fatherhood</i> dalam Majalah <i>Ayahbunda</i>”</p>	<p>pendekatan analisis semiotika</p> <ul style="list-style-type: none"> - Subyek penulisan Majalah <i>Ayahbunda</i> - Metode penulisan analisis teks melalui pengamatan tanda atau kode-kode yang merepresentasikan <i>Fatherhood</i> dalam majalah 	<p>Denotasi, konotasi dan mitos</p>	<p><i>Fatherhood</i> dalam Majalah <i>Ayahbunda</i> adalah Ayah direpresentasikan sebagai sosok yang memberikan dukungan pada ibu dalam mengurus anak dan keperluan rumah tangga, ayah direpresentasikan sebagai sosok yang lebih sensitive, ekspresif dan terbuka mengungkapkan perasaanya, dan maskulinitas merupakan hal yang sangat sensitive dalam pembahasan <i>fatherhood</i> karena karakter maskulin dianggap tidak sesuai dengan pengasuhan anak.</p>
<p>Ricki Apriliono</p> <p>“Representasi Nilai-Nilai <i>Metroseksual</i> Di Dalam Majalah <i>Men’s Guide</i>”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metodologi penulisan deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika - Subyek penulisan teks/gambar majalah <i>Men’s Guide</i> 	<p>Teori Semiotika - Charles Sanders Peirce</p>	<p>Representasi nilai-nilai <i>metroseksual</i> dalam majalah <i>Men’s Guide</i> sebagai laki-laki yang menjaga penampilan dirinya, berkarakter sensitive dan lembut terlihat dari peduli terhadap permasalahan sosial dan sama terhadap semua orang, memiliki kecakapan</p>

	<p>- Metode penulisan dengan teknis purposive sample yaitu memilih artikel profile guide berdasarkan ciri atau sifat tertentu.</p>		<p>komunikasi dan interpersonal yang baik terhadap semua orang. Melalui artikel <i>Profile Guide</i> menekankan laki-laki untuk memperhatikan penampilan dirinya dengan memiliki tubuh atletis ideal yang didapatkan dari kegemarannya olahraga gym dan memperhatikan gaya busana yang dikenakan agar terlihat <i>fashionable</i>. Majalan <i>Men's Guide</i> mencoba mengonstruksi bahwa laki-laki metroseksual merupakan laki-laki "baru" yang menggeser sosok laki-laki dalam budaya patriarki.</p>
<p>Mega Silvia <i>"Fenomena Androgini Di Kota Pekanbaru"</i> (Jurnal)</p>	<p>- Metodologi penulisan deskriptif dengan pendekatan fenomenofolgi Schutz - Subjek penulisan 3 <i>actors</i> androgini di Kota</p>	<p>- Teori Fenomenologi oleh Johan Heirinckh - Teori Interaksi Simbolik oleh George Herbert</p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa motif androgini di Kota Pekanbaru dikarenakan lingkungannya, ingin memiliki <i>sense of comfort</i> dan ingin tampil beda. Hal ini dilihat dari 3 sudut pandang yaitu, motif, <i>fashion</i>, dan pengalaman.</p>

	<p>Pekanbaru yang diseleksi dengan <i>snowball technique</i></p> <p>- Metode penulisan pengumpulan data melalui observasi, <i>interview</i>, dan dokumentasi penulisan</p>	Mead	<p>Motif seseorang menjadi androgini di Kota Pekanbaru terbagi dua yaitu <i>because motive</i> dan <i>in order to motive</i>. Pemaknaan <i>fashion</i> bagi pelaku androgini di Kota Pekanbaru meliputi <i>fashion</i> berlaku untuk semua jenis gender dan <i>fashion</i> androgini seimbang. <i>Fashion</i> tidak mengharuskan seseorang menggunakan atribut sesuai dengan jenis kelaminnya. Pengalaman komunikasi seseorang androgini di Kota Pekanbaru dikategorikan menjadi dua yaitu pengalaman menyenangkan dan pengalaman tidak menyenangkan. Pengalaman ini berupa interaksi androgini dengan lingkungannya.</p>
Siti Meilani <i>“Analisis Semiotika</i>	- Metodologi penulisan deskriptif	- Teori Semiotika oleh Charles	Nikicio merupakan brand lokal Jakarta yang menampilkan iklan

<p><i>Androgini pada Iklan Busana Perempuan Nikicio”</i></p>	<p>kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika</p> <p>- Subyek penulisan teks/gambar iklan katalog produk <i>fashion</i> brand nikicio</p> <p>Metode penulisan dengan wawancara kepada enam informan di Jakarta dan Bandung.</p>	<p>Sandrs Pierce</p> <p>- <i>Social Constructio n of Reality</i></p>	<p>berkonsep androgini yang mencoba menyatukan laki-laki dan perempuan. Hasil penulisan, penulis menemukan unsur androgini dari warna, latar, dan model androgini yang ditampilkan dalam iklan. Pencitraan androgini diciptakan untuk mematahkan stereotip perempuan dari kesan femininnya dan laki-laki dari identik maskulinnya. Dengan hal ini androgini diafiliasikan dalam dunia model hingga menjadi <i>life style</i>.</p>
--------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabel 1.1
(*State of the Art*)

Penulisan mengenai fenomena gender di media ini dalam kenyataan keterkaitannya telah banyak dilakukan oleh penulis sebelumnya. Keempat penulisan di atas memiliki persamaan membahas mengenai representasi dan menggunakan analisis semiotika, selain itu membahas sesuatu yang tabu yaitu kelompok yang memiliki stereotip negatif dan cenderung didiskriminasi. Tetapi terdapat juga perbedaan dari tujuan penulisan. Dalam penulisan milik Elly ditujukan untuk memberikan penjelasan dan mengungkapkan representasi

fatherhood dari Majalah Ayahbunda. Sedangkan penulisan Ricki ditujukan untuk menjelaskan bahwa laki-laki metroseksual menggeser posisi laki-laki patriarki dalam sebuah majalah. Penulisan Mega Silvia membahas mengenai fenomena androgini yang terjadi di Kota Pekanbaru yang dilihat dari motif dan pengalaman individu. Melalui hasil observasi dan wawancara Mega mendapatkan hasil mengenai fenomena gender androgini. Pada penulisan Siti Meilani, memiliki kesamaan dalam pembahasan representasi androgini, namun subjek penulisan yang diteliti berbeda. Siti mengambil sampel dari iklan produk *fashion* Nikicio.

Penulisan-penulisan sebelumnya secara tidak langsung memiliki relevansi yang sama dengan penulisan yang akan dilakukan meskipun sumbernya berbeda. Namun pada penulisan milik Elly memiliki kesamaan dalam metoda penulisan pada analisis data yang menggunakan semiotika Roland Barthes dalam menjelaskan dan mengungkapkan representasi. Penulisan ini berbeda dengan dua penulisan sebelumnya, karena penulisan ini lebih menyoroti analisis teks laki-laki androgini di media sosial YouTube dalam *vlog*. Gaya androgini dalam budaya dan lingkungan di Indonesia masih sangat tabu oleh sebagian masyarakat, dan hal ini sering dikaitkan oleh waria dan orientasi seksual gay atau homoseksual karena penampilannya yang memadukan antara maskulin dan feminin baik dalam cara bersikap dan penampilannya. Pro dan kontra ini juga membuat adanya *stereotype* dan *bullying* karena tidak ada penjelasan yang benar mengenai seorang androgini. Permasalahan ini memerlukan adanya pembeda antara gaya androgini dan gay.

Oleh karena itu penulisan ini akan mengangkat mengenai representasi androgini yang masih sedikit dibicarakan atau dikaji dari sudut pandang media baru dengan fenomena konten *video blog* di YouTube dan pembelaan dari subyek penulisan terhadap ideologi heteronormativitas.

1.5.2 Paradigma Penulisan

Menurut Guba, paradigma adalah serangkaian keyakinan atau kepercayaan dasar yang membimbing tindakan. Paradigma menentukan suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma menunjukkan hal yang penting, absah, dan masuk akal. Setiap jawaban paradigma mewakili pandangan yang matang yang diciptakan oleh penganutnya dengan mempertimbangkan sudut pandang semua sisi dan itu merupakan konstruksi manusia. Jadi analisis yang dilakukan dengan menggunakan paradigma merupakan konstruksi manusia.

Dalam penulisan, paradigma berguna untuk memberikan penjelasan tentang apa yang harus dilakukan dan menjadi semacam “garis batas” untuk mengetahui apa yang masuk dalam dan di luar batas-batas penulisan yang sah (Denzin dan Lincoln, 2009:123-133). Menurut Guba & Lincoln (2009:137), secara filosofis paradigma penulisan mempunyai tiga persoalan dasar atau tiga elemen untuk dijadikan acuan bagi penulis terkait dengan aspek: *Ontologi*, asumsi tentang realitas; realitas yang dikonstruksikan secara lokal dan spesifik. *Epistemologi*, asumsi tentang hubungan antara penulis dengan yang diteliti; transaksional/subjektivis, temuan-temuan yang diciptakan. *Metodologi*, asumsi

metodologis tentang bagaimana penulis memperoleh pengetahuan; Hermeneutis/dialektis.

Paradigma yang digunakan dalam penulisan ini adalah paradigma kritis. Para ahli teori kritis mencoba menghasilkan berbagai transformasi dalam tatanan sosial, dengan menghasikan ilmu pengetahuan yang berciri historis dan struktural, yang dinilai menurut tingkat posisi sejarah dan kemampuannya untuk menghasilkan tindakan. Bingkai Guba dan Lincoln, paradigma kritis terbagi dalam tiga bentuk yaitu, ontologi, epistemologi dan metodologi. Dari dasar ontologi, realitas yang dipandang nyata dalam pandangan kritis yaitu sesuatu yang dianggap bisa dipahami pernah berciri lentur namun dari waktu ke waktu dibentuk oleh serangkaian faktor sosial, politik, budaya, ekonomi, etnik, dan gender. Epistemologi berfokus pada nilai-nilai yang dimiliki oleh penulis dan temuan-temuan penulisan akan dipengaruhi oleh nilai-nilai tersebut. Metodologis, penulis dengan paradigma kritis bersifat dialogis dan dialektis agar dapat mengubah ketidaktahuan dan kesalahpahaman menjadi kesadaran yang lebih mendalam (Denzin dan Lincoln, 2009: 124; 136).

Gagasan utama teori kritis yaitu: (1) tradisi kritis mencoba memahami sistem yang dianggap sudah benar, struktur kekuatan, dan keyakinan atau ideologi yang mendominasi masyarakat; (2) membuka kondisi-kondisi sosial yang menindas; (3) mencoba untuk menggabungkan teori dan tindakan (Littlejohn dan Foss, 2009:68-69). Dalam buku "Handbook of Qualitative Research", mendefinisikan bahwa seorang pengkritik sebagai seorang penulis yang berusaha menggunakan karyanya sebagai sebuah bentuk kritik sosial

atau kritik budaya, dan menerima asumsi-asumsi dasar tertentu yaitu seluruh pemikiran fundamental dimediasi oleh relasi-relasi kekuasaan yang dibentuk secara sosial dan kesejahteraan, bahwa fakta-fakta tidak pernah bisa dilepaskan dari domain nilai atau dibebaskan dari bentuk inskripsi ideologi. Ideologi bukan sekadar relasi mental yang imajiner dan menipu yang dijalani oleh individu dan kelompok terkait dengan kondisi material eksistensi mereka, namun juga tertanam kuat dalam materialitas praktik-praktik sosial dan institusional (Denzin dan Lincoln, 2009:173-174)

Dalam penulisan ini, melalui *vlog* Jovi Adhiguna direpresentasikan ideologi tertentu yang disalurkan kepada penonton sehingga dapat mengambil nilai-nilai dari ideologi tersebut sebagai sesuatu yang benar dan nyata. Dengan menggunakan paradigma kritis diharapkan sebagai cara pandang yang memiliki tujuan untuk melakukan analisis terhadap ideologi-ideologi yang terkandung serta melihat adanya sikap kaum androgini terhadap heteronormatif.

1.5.3 Teori *Gender Role*, Identitas *Gender*, dan Media

Definisi gender menurut Kementrian Pemberdayaan Perempuan adalah perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam peran, fungsi, hak, tanggung jawan, dan perilaku yang dibentuk oleh tata nilai sosial, budaya dan adat istiadat dari kelompok masyarakat yang dapat berubah menurut waktu serta kondisi setempat (KPP, 2001,2004 dalam Puspitawati, 2010). Gender adalah sesuatu yang dilakukan dan ditampilkan (West, Candace and Zimmerman,

1987; Judith Butler 1990, dalam Sugihastuti dan Saptiawan, 2010:4). Menurut Fakih, konsep gender merupakan suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural. Terbentuknya perbedaan-perbedaan peran gender dikarenakan dibentuk, disosialisasikan, diperkuat, bahkan dikonstruksi secara sosial atau kultural, melalui ajaran keagamaan maupun negara (Fakih, 1996: 7,10).

Meskipun jenis kelamin laki-laki terkait dengan gender maskulin dan jenis kelamin perempuan dengan gender feminin, namun kaitan antara jenis kelamin dan gender bukan merupakan korelasi yang absolut (Moore dalam Kodiran, 2001). Perbedaan peran antara laki-laki dan perempuan disebabkan oleh faktor sosial budaya. Sehingga peran gender yang merupakan hasil bentukan sosial dapat berubah-ubah dalam waktu, kondisi dan tempat yang berbeda dan memungkinkan peran laki-laki dan perempuan dapat dipertukarkan (Puspawati, 2010).

Seseorang berperilaku sesuai gendernya karena adanya interaksi sosial yang terjadi sejak masa anak-anak dari budayanya (Vygotsky dalam Zhou & Brown, 2014:30). Oleh karena itu, peran gender yang ada dan dipercayai masyarakat pun kebanyakan disesuaikan dengan budaya patriarki dan heteronormativitas. Kata “Heteronormativitas” yaitu ideologi mengenai keharusan untuk menjadi heteroseksual yang didasarkan pada penindasan orientasi seksual yang tidak berorientasi reproduksi, keharusan akan sesuaian antara identitas gender dan identitas seksual. Berarti jika beranatomi laki-laki

harus maskulin dan bila beranatomi perempuan harus feminin (Demartoto, 2013).

Pandangan mengenai bagaimana seharusnya hubungan peran antara seorang laki-laki dan seorang perempuan yang dikaitkan dengan kultur budaya disebut sebagai Gender role ideologi (William & Best dalam Supriyantini, 2002). Pandangan tradisional terhadap peran utama laki-laki dan peran utama perempuan menjadi tantangan Bem (1991) yang menyimpulkan bahwa ada kemungkinan individu yang berpendapat dirinya memiliki ciri-ciri maskulin maupun ciri-ciri feminin. Hal ini menunjuk kepada peran gender androgini, dimana individu memiliki ciri-ciri gender maskulin dan feminin secara bersamaan.

Dalam melakukan peran gender, seseorang mempelajari dan mengadopsi budaya gender dalam masyarakat secara terus-menerus sejak masa anak-anak dengan belajar untuk meniru orang lain (Tomasello dalam Zhou & Brown, 2014:30). Conell meyakini bahwa dalam pemahaman kelamin dan gender dipengaruhi oleh budaya dan bahasa (Conell dalam Barker, 2005: 307). Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut dapat didefinisikan gender sebagai suatu keyakinan pada diri individu dalam memilih dan menghayati peran-peran feminine dan maskulin yang dikondisikan oleh dunia sosialnya (Agustang dkk, 2015). Sama dengan peran gender, identitas gender ditunjukkan dengan cara mengekspresikan diri sebagai respon terhadap orang lain. Identitas gender dibagi atas dua dimensi yaitu, *subjective dimension*

adalah rasa pribadi tentang diri sendiri dan *ascribed dimension* adalah apa yang dikatakan orang (Anindya, 2016: Vol.XII No. 2).

Media yang mempunyai fungsi sebagai agen sosialisasi atau corong ideologi menjadi agen dalam menyampaikan budaya yang mempengaruhi pembelajaran peran gender dan identitas gender. Media di Indonesia yang kental dengan budaya dominan peran gender adalah budaya heteronormativitas membuat tertanamnya sikap indotrinasi. Melalui pengaruh globalisasi selera dan gaya hidup masyarakat berubah. Identitas pun mengalami perubahan dan perkembangan. Kebebasan dalam berekspresi membuat cairnya identitas. Hal ini memunculkan androgini sebagai ekspresi kebebasan dalam berekspresi. Media berisi teks, gambar, serta tanda-tanda yang memiliki makna. Hal ini menentukan penyebaran isu tentang gender melalui representasi media dalam teks, gambar, dan tanda-tanda sesuai dengan medianya. Sehingga media merupakan tempat untuk mengaktualisasikan diri dalam representasi identitas gender androgini.

1.5.4 Tanda, Makna, Mitos dan Semiotika

Semiotika atau semiologi merupakan studi yang mempelajari makna atau arti dari suatu tanda atau lambang (Sobur, 2009:11). Dalam representasi, untuk memahami makna perlu adanya tanda. Dari tanda tertentu makna baru uteras tercipta sampai tanda menjadi penuh dengan beragam makna (Barker, 2005:93). Tanda adalah sesuatu yang berfisik dipersepsi indra dan mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri; tanda bergantung pada

pengenalan oleh penggunanya. Bagi Saussure, tanda merupakan objek fisik dengan sebuah makna, dan sebuah tanda terdiri dari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) (Fiske, 2007:61). Penanda adalah aspek material dari bahasa: apa yang didengar, ditulis atau dibaca; sedangkan petanda adalah aspek mental dari bahasa yaitu gambaran mental, pikiran, atau konsep (Berthens dalam Sobur, 2009:46).

Roland Barthes mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean dan menyesuaikannya pada praktik-praktik budaya populer bagaimana peristiwa-peristiwa dalam budaya populer menciptakan makna. Barthes menyatakan dua macam sistem pemaknaan, yaitu denotasi dan konotasi. Menurut Barthes, sistem penandaan terdiri atas tingkat Ekspresi (E), tingkat isi atau Konten (C), dan dihubungkan oleh sebuah Relasi (R). Kesatuan dari tingkat-tingkat dan relasi ini membentuk sistem (ERC) atau sistem tanda primer (*primary sign system*), disebut juga makna denotasi. Jadi, makna denotasi adalah makna yang didapat dari hubungan antara ekspresi dan konten atau makna deskriptif dari suatu objek.

Sistem primer ERC akhirnya akan mengkonstitusi tingkat isi untuk sistem kedua (*secondary sign system*) atau makna konotatif. Makna konotatif tercipta dengan menghubungkan aspek kebudayaan yang lebih luas, seperti: keyakinan dan ideologi. Konotasi juga merupakan suatu ekspresi budaya. Operasi ideologi dalam konotasi disebut sebagai mitos. Mitos merupakan pola tiga dimensi penanda, petanda, dan tanda; dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya. Dengan kata lain, mitos adalah suatu

sistem pemaknaan tataran ke-dua (Sobur, 2009:71).. Mitos berfungsi untuk memberikan pembenaran alami pada suatu intensi historis, dan membuat kesementaraan seolah abadi (Barthes dalam Barker 2005:95).

Menurut Barthes, dalam mitos dan ideologi hubungan antara penanda konotatif dan petanda konotatif terjadi secara termotivasi, yaitu bergantung pada kebudayaan yang ada. Kebudayaan mewujudkan dirinya melalui berbagai kode yang masuk ke dalam teks dalam bentuk penanda-penanda (Budiman dalam Sobur, 2009:71).

Pada video blog, tanda dapat berupa teks, gambar, warna, dan lain-lain. Dalam penulisan ini, tanda-tanda tersebut akan dianalisis maknanya berikaitan dengan konsep androgini, dan akhirnya akan dihubungkan dengan kebudayaan di lingkungan masyarakat Indonesia terkait mitos-mitos heteronormativitas yang dipertahankan dalam representasi androgini pada *vlog* Jovi Adhiguna Hunter di YouTube.

1.5.5. Konsep Liyan

Liyan atau juga dikenal sebagai “*the other*”, “*Das Fremde*” atau “*Das Andere*” dengan arti “asing” atau “yang lain”. Liyan merupakan objek yang bertentangan dengan subjek atau diri, yaitu pihak atau objek yang berada di luar subjek, sebagai pembanding bagi subjek tersebut (Dias Rifanza, 2008). Dalam sosiologi, liyan adalah kaum-kaum marjinal karena kondisi, kebiasaan atau gaya hidup yang berbeda atau unik jika dibandingkan dengan mayoritas individu atau golongan dalam komunitas mereka. Hal ini mereka menjadi

kelompok yang hampir selalu terpinggirkan atau dikucilkan (A. Wierlacher, C. ALbrect, ed. *Fremdgange: Eine Antologische Fremdheitslehre fur den Unterricht Dutsch als Fremdsprache* (Bonn,1998), hlm 79 dalam Dias Rifanza, 2008). Sebagai contoh, dalam studi gender, perempuan dapat disebut liyan bagi laki-laki dan sebaliknya, dilihat dari posisi, perilaku dan ideologi domininan dari masing-masing kelompok. Dalam penulisan ini penulis akan membahas mengenai posisi androgini dalam ideologi heteronormativitas yang dominan di masyarakat.

1.6. Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Androgini

Konsep androgini merupakan perkembangan peran gender, yaitu konsep dimana diri maskulin terintegrasi ke dalam ciri feminin. Dalam perkembangan peran gender Erikson mengasumsikan adanya “*bipolar nature of personality traits*”, yaitu adanya dua kutub, yakni kutub feminin dan kutub maskulin yang berlawanan. Berbeda dengan Erikson, Block mengemukakan bahwa tidak ada polarisasi feminin dan maskulin karena keduanya independen dan merupakan dua dimensi yang terpisah. Hal ini memungkinkan seorang individu dapat memiliki skor yang sama-sama tinggi dalam dua karakteristik, individu tersebut adalah androgini. Lebih lanjut Block menyatakan androgini adalah tingkat yang cukup tinggi dari kutub peran gender. Seorang androgini adalah individu yang skor maskulinnya tinggi dan skor afektif dalam menghadapi

atau mengatasi situasi yang berbeda (Matteson, 1993 dalam Agustang dkk, 2015).

Androgini dapat dikenali melalui psikologis dan gaya atau penampilan. Bem, menyatakan bahwa psikologis androgini memungkinkan bahwa seseorang mampu memiliki dua peran gender kuat yaitu maskulin dan feminin yang dapat muncul secara bersamaan. Menurut Alferd Herzog, gaya androgini adalah seorang laki-laki tampil dengan cara seperti perempuan (Tracy, 2005:28).

Pada dasarnya psikologis menyangkut pada karakter atau sifat seseorang. Dalam peran gender, karakter tersebut telah melekat pada pribadi itu sendiri dari hasil konstruksi masyarakat seperti laki-laki memiliki karakter dominan, kuat, maskulin, agresif dan perempuan memiliki karakter lembut, merawat, feminin dan sensitif. Sedangkan, individu androgini dapat menunjukkan sifat dominan dan mengasuh sekaligus, sifat rasional dan pengertian sekaligus, tegas dan sensitif secara bersamaan.

Androgini membentuk bagian secara lahiriah dan batiniah yang mana seseorang maskulin namun tidak sepenuhnya seorang laki-laki, dan bahkan condong ke arah *typic* feminin namun tidak sepenuhnya seorang perempuan. Kedua *sexes* ini tidak hanya berbagi tubuh tetapi juga sifat-sifat yang dihasilkan budaya. Dengan mengambil bagian dari sifat, watak dan bentuk badan keduanya dari laki-laki dan perempuan ke satu tingkat dan ke satu sama lain (Mayne dalam Tracy, 2005: 18). Studi kasus Krafft Ebing tentang androgini dikisahkan sebagai *womanly-man* dan *manly-woman* (Tracy, 2005:

17-27). Dengan demikian, androgini mampu melawan mitos-mitos mengenai peran gender heteronormativitas laki-laki sebagai maskulin dan perempuan sebagai feminin.

Selain itu gaya yang dimaksudkan oleh Alfred adalah melalui sikap (*gesture*/ekspresi) dan penampilan. Melalui penampilan orang dapat mengenali kepribadian, karakter, dan identitas yang dimiliki seseorang salah satunya *fashion* atau pakaian mempunyai kaitan yang amat dekat dengan tubuh dan mampu menunjukkan identitas jenis kelamin serta gender. *Fashion* dapat dilihat melalui tekstur, warna, ukuran, dan gaya (Malcolm, 2011:162). Meskipun demikian dalam *fashion* tidak selalu mengharuskan seseorang bergaya sesuai dengan jenis kelaminnya. Selain itu, androgini juga cenderung beraktivitas di industri kreatif seperti seni dan *fashion*. Hal ini dikarenakan individu androgini lebih dapat menampilkan identitasnya sebagai androgini. Androgini yang memiliki karakter maskulin dan feminin memilih untuk berada pada lingkungan yang tidak mensyaratkan batasan-batasan gender dan mengharuskan seseorang harus berperilaku sesuai jenis kelaminnya. Dasar ini yang membuat androgini lebih aktif dalam dunia seni dan *fashion*.

Dalam penulisan ini, penulis melihat dari psikologis dan gaya atau tampilan Jovi Adhiguna yang adalah seorang androgini dan tercermin dalam tanda-tanda seperti teks dan gambar di *video blog*.

1.6.2 Representasi

Representasi merupakan salah satu teori semiotika, yaitu teori untuk merekam proses gagasan, pengetahuan atau pesan. Representasi juga disebut sebagai penggunaan tanda-tanda untuk menampilkan ulang sesuatu yang diserap, diindra, dan dibayangkan atau dirasakan dalam bentuk fisik (Barker, 2005:9). Representasi berarti menunjuk pada proses dari pemaknaan suatu tanda. Konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang ada. Dengan kata lain, representasi merupakan produksi makna melalui bahasa (Hall.1997:17).

Dalam bahasa, media dan komunikasi, representasi dapat berwujud kata, gambar, sekuen, cerita dan sebagainya yang mewakili ide, emosi, fakta dan sebagainya. Konstruksi disampaikan dalam bentuk tanda-tanda, berupa tulisan, gambar maupun tanda-tanda lain. Untuk membentuk sebuah makna diperlukan kesamaan konsep sosial budaya, sehingga representasi yang dihasilkan dapat dimaknai sama.

Menurut Stuart Hall, ada dua proses representasi. Pertama, *mental representation* (representasi mental), yaitu konsep tentang “sesuatu” yang ada di dalam kepala kita sebagai peta konseptual dan masih berbentuk abstrak. Makna tergantung pada sistem konsep dan *image* yang terbentuk dalam pemikiran kita dan dapat menghubungkan atau merepresentasikan dunia. Representasi mental bersifat subjektif dan individual, dimana masing-masing orang memiliki perbedaan dalam mengorganisasikan dan mengklasifikasi konsep-konsep sekaligus menetapkan hubungan diantara semua itu..

Representasi kedua adalah representasi bahasa, konsep abstrak yang di dalam kepala kita harus diterjemahkan dengan “bahasa” yang lazim agar dapat menghubungkan konsep dan ide-ide dengan tanda dan simbol-simbol tertentu. Bahasa merupakan sistem representasi kedua karena dengan bahasa kita dapat mengkonstruksi makna atas dunia. Tanda dimaksudkan untuk merepresentasikan konsep dan hubungan antar konsep yang ada di pikiran kita, bersama untuk menciptakan sistem pemaknaan dalam budaya kita.

Menurut Burton ada beberapa unsur penting dalam representasi yang lahir dari teks media massa. Pertama adalah *stereotype* yaitu pelabelan terhadap sesuatu yang sering digambarkan secara negative. Kedua adalah identitas, pemahaman kita terhadap kelompok yang direpresentasikan, siapa pembuat film dan budaya apa yang dimilikinya, nilai yang dianut dan bagaimana mereka dilihat oleh orang lain baik dari sudut pandang positif ataupun negatif. Ketiga adalah pembedaan, yaitu mengenai pembedaan antar kelompok sosial, dimana satu kelompok diposisikan dengan kelompok lain. Keempat, natrulisasi, yaitu strategi representasi yang dirancang untuk mendesain menetapkan *difference*, dan untuk menjaganya agar kelihatan alami selamanya. Kelima, ideologi, segala sesuatu yang mendasari aspek-aspek dalam kehidupan kita (Burton, 2008: 283-292).

Penulisan ini berguna untuk mengungkapkan fakta bahwa androgini merupakan identitas dan peran. Representasi identitas androgini ditempatkan dalam kepanikan moral media dan dalam komunitas gaya (Benson dalam Barker 2000: 337). Penulisan ini diperlukan untuk melihat representasi

androgini dalam *vlog* Jovi Adhiguna di YouTube. Sehingga dapat dianalisis melalui representasi bahasa (kode, simbol, dsb). Hal ini dihubungkan dengan ideologi, untuk melihat mitos-mitos apa saja mengenai heteronormativitas terhadap androgini dalam representasi androgini tersebut.

1.7 Metodologi Penulisan

1.7.1. Tipe Penulisan

Penulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe penulisan deskriptif. Penulisan ini menyajikan data berupa kata-kata dan gambaran mengenai representasi nilai-nilai androgini dalam *vlog* Jovi Adhiguna di YouTube. Penulisan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penulisan misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode (Moleong, 2007: 6). Metode penulisan dalam penulisan ini adalah semiotika yaitu ilmu yang mempelajari tanda-tanda dalam kehidupan sosial, seperti definisi dari Saussure (dalam Berger, 2010).

Hal ini membuat penulis menganggap melalui metode semiotika, dapat menyingkapkan fenomena androgini Jovi Adhiguna. Selain itu penulisan ini menganalisis gambar dan tulisan dilihat dari kode-kode atau tanda-tanda yang merepresentasikan prasangka dari seorang androgin Jovi Adhiguna terhadap peran gender homoseksualitas dan transgender khususnya yang

memperlihatkan bentuk stereotipe ideologi heteronormativitas yang digambarkan dalam *vlog*

1.7.2. Subjek Penulisan

Subjek penulisan ini adalah *vlog* Jovi Adhiguna di YouTube. Penulis memilih *vlog* Jovi ini karena subjek adalah orang yang sesuai dengan kriteria yang akan diteliti. *Vlog* ini akan diteliti menggunakan analisis isi kualitatif untuk mengamati dan membaca bentuk tanda-tanda androgini dalam perilaku yang digambarkan dalam setiap video unggahannya di YouTube. Dari 89 video unggahan Jovi sampai tanggal 17 April 2017 di *channel* YouTubanya, penulis memilih 3 video yaitu:

1. Story Time with Jovi: Berantem sama Satpam!!! (25 November 2015),
2. *Genderless?* – *Snapchat* Q&A Part 2 (4 Desember 2015)
3. Story Time with Jovi: Hatred (12 Januari 2016)

Pemilihan video berdasarkan tujuan penulisan untuk melihat nilai-nilai androgini dari cerita dan gambar.

1.7.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperoleh penulis dalam penulisan ini antara lain:

- a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek yang akan diteliti yakni teks yang berupa audio dan visual dari *vlog* Jovi Adhiguna di YouTube

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh selain dari subjek utama yang diteliti yang mendukung pelaksanaan penulisan, yakni studi kepustakaan. Sumber tersebut adalah buku-buku referensi kepustakaan guna mendukung penulisan secara teori dan informasi, informasi dari media massa, dan dari internet.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penulisan ini dengan interpretasi dan dokumentasi. Interpretasi dilakukan dengan membaca dan mengamati video blog Jovi Adhiguna sesuai semiotika oleh Roland Barthes. Sedangkan dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi tentang video blog Jovi Adhiguna yang berkaitan dengan penulisan.

1.7.5. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penulisan ini menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes. Semiotika dengan menggunakan sistem pemaknaan tanda, yaitu:

- a. Denotasi: makna yang paling nyata dari tanda. Penggambaran tanda sebagai sebuah objek. Makna denotasi terlihat pada elemen-elemen tanda seperti: narasi, foto, warna, ekspresi, dan lain-lain.
- b. Konotasi: makna subjektif, dimana penulis menggambarkan suatu tanda.
- c. Mitos: bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi.

Penulisan ini akan menganalisis tanda-tanda androgini dalam video blog Jovi Adhiguna. Melalui interpretasi dengan melihat pemaknaan denotasi tanda, konotasinya dalam masyarakat, dan mitos-mitos androgini yang tetap dipertahankan dalam representasi androgini pada video blog Jovi Adhiguna.

1.7.6 Unit Analisis

Unit analisis data menetapkan kriteria cara penulis untuk memperoleh hasil dari subjek penelitiannya. Dalam hal ini penulis akan membuat pengumpulan data dari tiga *vlog* Jovi Adhiguna dengan menganalisa menggunakan gambar tabel, dimana dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

Scene/Shot	Visual	Narasi	Audio

1.7.7. Goodness Criteria

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (realibilitas). Kualitas data dalam penulisan dalam paradigma kritis. Dengan menggunakan paradigma kritis untuk memperoleh kualitas data penulisan menggunakan analisis *historical situatedness* dengan memperhatikan latar belakang historis sejumlah studi kasus sosial, politik, kebudayaan, ekonomi, etnik, dan gender (Denzin & Lincoln, 1994: 114). Penulisan ini memperhatikan latar belakang historis budaya heteronormativitas yang mengharuskan peran laki-laki dan perempuan harus sesuai dengan alat kelamin biologis dan gender yang seharusnya. Media juga merupakan jembatan dari konstruksi realitas yang menghadirkan beragam representasi terkait androgini.

BAB II

REPRESENTASI ANDROGINI DALAM MEDIA DI INDONESIA

2.1. Androgini

Androgini adalah istilah yang berasal dari kata Yunani ανήρ (anér) atau andro yang berarti manusia/ laki-laki dan γυνή (guné) atau gyne yang berarti perempuan. Perkembangan peran gender adalah konsep androgini, yaitu suatu konsep yang merupakan integrasi dari diri maskulin dan ciri feminine. 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