



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Dalam konteks sosial budaya Indonesia, individu yang cenderung bias *gender* atau androgini seringkali tidak mendapatkan perlakuan setara dalam lingkungan masyarakat. Kaum androgini seringkali dianggap menyimpang dari nilai, norma, dan budaya yang dianut oleh masyarakat, sehingga masih kerap didiskriminasi dan dimarjinalkan karena dianggap ‘aneh’ atau ‘berbeda’.

Androgini merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menunjukkan seseorang yang memiliki serta menunjukkan karakter maskulin dan feminin yang tinggi pada kedua peran tersebut dalam saat yang bersamaan. Istilah ini awalnya mulai dikenalkan dan dikembangkan oleh salah seorang psikolog Universitas Stanford, yaitu Sandra L. Bem pada tahun 1974. Dalam diri seseorang yang tergolong sebagai androgini, aspek maskulin dan feminin yang tinggi dalam dirinya, mampu saling melengkapi, dan bukannya malah bertentangan, sehingga kedua aspek tersebut dapat dipadukan dengan baik (Agustang dkk., 2015, h. 116).

Bem dalam hasil paparan Nasional menunjukkan terdapat empat peran *gender*, yaitu peran *gender* feminin, peran *gender* maskulin, peran *gender* androgini, dan peran *gender* yang tidak terdiferensiasi. Menurut Bem,

seorang pria atau perempuan dikatakan tergolong sebagai androgini ketika seorang perempuan cenderung lebih menonjolkan sifat, kepribadian, dan penampilan maskulinnya, serta ketika seorang pria lebih menonjolkan sifat, kepribadian, dan penampilan femininnya. Dijelaskan juga bahwa androgini dapat terjadi pada pria maupun perempuan (Agustang dkk., 2015, h. 117).

Dilansir dari pemberitaan media *online* Kompas, pada awal Januari 2018, di Aceh, 12 orang pria yang tergolong sebagai kaum androgini ditangkap oleh polisi lokal karena dianggap meresahkan warga lokal dan akan dibina, walaupun tidak melakukan tindak kejahatan. Pria androgini tersebut diperlakukan dengan kejam dan tidak manusiawi, serta dipaksa untuk mengubah dandanannya menjadi terlihat maskulin.

Tindakan diskriminasi juga pernah dialami langsung oleh Jovi Adhiguna, sebagai salah satu *beauty influencer* pria yang telah menyatakan bahwa dirinya merupakan seorang androgini. Jovi telah memiliki lebih dari 200.000 *subscribers* di YouTube saat ini dengan mengunggah sebanyak 117 video dan 367.000 pengikut di media sosial Instagram, serta telah memiliki lambang akun *verified* yang biasanya hanya dimiliki oleh artis atau figur publik yang terkenal. Jovi memang sering menggunakan produk kecantikan, seperti bedak, *eyeliner*, lipstik, dan lainnya, serta memiliki gaya busana yang menarik dan cenderung feminin.

Jovi telah meraih berbagai macam penghargaan dan prestasi di bidang kecantikan. Bahkan dengan segudang prestasi dan sebagai publik figur, pada video yang diunggah oleh Jovi pada November tahun 2015 lalu, Jovi

menceritakan tentang diskriminasi yang ia alami ketika ia sempat terlibat konflik dengan satpam karena ia tidak diperbolehkan untuk masuk ke sebuah tempat. Satpam di tempat tersebut melarangnya masuk ke tempat tersebut karena ia dinilai sebagai seorang wanita pria. Jovi menyatakan bahwa ia sangat kecewa, terluka, dan prihatin dengan pria yang memiliki gaya unik seperti dia apabila mengalami diskriminasi dan cibiran yang serupa karena mereka dinilai berbeda, padahal mereka hanya ingin dengan bebas mengekspresikan dirinya. Ia juga berharap persepsi dan pikiran masyarakat dapat menjadi lebih terbuka.

Gambar 1.1 *Screenshot* Video YouTube Jovi Adhiguna



Sumber: Video YouTube Jovi Adhiguna, 2019

Jovi Adhiguna yang sering menceritakan pengalamannya di media sosial, juga pernah menceritakan bahwa dirinya sering diberi komentar negatif di media sosial yang dimilikinya. Komentar negatif tersebut biasanya lebih dikenal sebagai *hate comment* di media sosial. Pengalaman tersebut

diceritakannya melalui unggahan video di YouTube pada tahun 2016. Dalam video tersebut, Jovi mengungkapkan kekesalannya atas diskriminasi yang diterimanya ketika membaca *hate comments* yang diutarakan oleh warganet Indonesia, seperti komentar yang menghakimi penampilan ataupun meragukan status *gender* yang dimilikinya. Bahkan Jovi juga mengutarakan bahwa salah satu warganet yang melakukan *hate comments* merupakan anak kecil.

Gambar 1.2 Screenshot Video YouTube Jovi Adhiguna



Sumber: Video YouTube Jovi Adhiguna, 2019

. Androgini sendiri kerap masih menjadi topik bahasan yang seringkali menimbulkan pro dan kontra. Pada dasarnya, seorang individu dilahirkan dengan sifat maskulin dan feminin, baik pada pria ataupun perempuan. Sisi maskulin ataupun feminin yang akan ditonjolkan oleh individu tersebut, tergantung pada lingkungan dan budaya individu tersebut sendiri. Sifat maskulin dan feminin yang menonjol dimiliki seseorang merupakan sebuah produk budaya. Menurut Beauvoir (2012, h. 6) seseorang tidak dilahirkan sebagai seorang pria ataupun perempuan, namun budayalah yang membuat

dan memaknakan bahwa individu tersebut adalah seorang pria atau perempuan.

Tanpa disadari, masyarakat telah mengonstruksikan pemikiran dan standarisasi mereka tersendiri terkait dengan *gender*. Misalnya, ketika seorang dan sesudah bayi lahir di Indonesia, orang terkasihnya akan cenderung telah mempersiapkan warna kain atau perlengkapan bayi berwarna merah muda apabila perempuan, karena warna merah muda disimbolkan sebagai warna yang feminin, sedangkan warna biru untuk bayi pria karena warna biru disimbolkan sebagai warna yang lebih maskulin. Warna-warna ini disimbolkan, diberi makna, dan dikonstruksikan oleh manusia sendiri.

Pemaknaan individu tersebut juga terus berlangsung sesuai dengan nilai dan pemikiran yang dianut oleh masyarakat, seperti seorang perempuan harus tumbuh besar menjadi pribadi yang anggun dan perasaan yang lembut, sedangkan pria harus tumbuh menjadi pribadi yang berani dan berkuasa, karena dinilai sebagai individu yang lebih maskulin. Hasil dari konstruksi pemikiran dan pemaknaan simbolik inilah yang kemudian akan membuat suatu stereotip dan nilai yang dianut oleh masyarakat.

Hal serupa juga terjadi pada *brand* dan alat *makeup* yang dapat memberikan kesan '*beauty*' atau cantik. Masyarakat percaya bahwa alat *makeup* bersifat feminin, sehingga hanya perempuanlah yang dinilai pantas untuk menggunakan produk kecantikan tersebut. Sebenarnya, produk kecantikan tersebut hanyalah sebuah produk tanpa keterangan *gender*, namun masyarakat mengonstruksikannya dan memaknainya sebagai benda yang

feminin dan hanya tepat digunakan oleh perempuan karena terkait erat dengan konsep ‘mempercantik diri’.

Masyarakat memberi persepsi bahwa cantik merupakan kata sifat yang hanya cocok untuk seorang perempuan. Pemaknaan ini juga dapat terbentuk karena iklan produk *makeup* yang cenderung menggunakan perempuan sebagai simbolis dan model dari produk tersebut. Ketika produk kecantikan tersebut telah disimbolkan sebagai benda yang feminin oleh masyarakat, masyarakat akan merasa terjadi sebuah penyimpangan nilai apabila individu yang memiliki sifat maskulin menggunakannya.

Fenomena ini lalu menjadi menarik untuk diteliti karena pria androgini menjadi ‘aktor sosial’ yang ingin mengekspresikan dirinya dengan bebas, namun juga harus mempertimbangkan respon yang akan didapatkan dari lingkungan sekitarnya. Hal tersebut berkaitan dengan teori dramaturgi oleh Erving Goffman yang menyatakan bahwa pelaku sosial memiliki panggung depan (*front stage*) berupa presentasi diri yang ingin ditampilkan dan panggung belakang (*back stage*). Pelaku sosial juga tidak selalu memiliki *front stage* dan *back stage* yang sama.

Pada zaman serba teknologi saat ini, *front stage* pelaku sosial juga dapat diobservasi dari presentasi diri (*self presentation*) di media sosial, bukan hanya sebatas presentasi diri di lingkungan komunitasnya. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan studi kasus pada media sosial Instagram karena memiliki fitur *instastory* yang memungkinkan pengguna mengunggah foto ataupun video berdurasi 15 detik dan *instafeed*. Instagram merupakan salah

satu dari lima aplikasi *urban* dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto dan video setiap detiknya dan mengekspos kehidupan realitas pengguna tersebut membuat Instagram menjadi media sosial yang tepat dalam penelitian ini.

Fenomena ini juga penting untuk diteliti karena kaum androgini di Indonesia seringkali mendapat perlakuan sewenang-wenang, tidak setara, dan diskriminasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, khususnya manfaat sosial, yaitu dapat mengubah pandangan masyarakat, sehingga diskriminasi dan penindasan terhadap kaum androgini dapat dihindari.

Fenomena ini juga layak menjadi masalah penelitian karena sesuai dengan hasil penelitian oleh Chela Marchela Funay pada tahun 2018 yang peneliti dapatkan. Dari penelitian dengan metode analisis *vlog* tersebut, dinyatakan bahwa salah seorang *beauty influencer* androgini di Indonesia, yaitu Jovi Adhiguna Hunter, masih kerap menjadi korban diskriminasi karena konsep diri dan presentasi yang ditampilkannya dihadapan publik. Walaupun setiap individu cenderung diberikan kebebasan untuk berekspresi, terutama di media sosial, menurut penelitian Funay, androgini masih dinilai berada diluar norma serta mendapatkan perlakuan yang negatif di Indonesia (Funay, 2018).

Peneliti ingin memfokuskan dan membatasi penelitian ini pada pria androgini Indonesia yang memiliki dan aktif di media sosial Instagram. Pria androgini tersebut harus memiliki kecenderungan gaya busana, dandanan, ataupun sikap yang feminin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

gambaran penerapan dramaturgi pria androgini Indonesia di media sosial Instagram, termasuk konsep diri dan strategi manajemen kesan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, bersifat deskriptif, dan dengan metode studi kasus untuk mendapatkan gambaran mengenai penerapan dramaturgi pria androgini Indonesia. Pendekatan secara mendalam dilakukan dengan teknik wawancara, analisis dokumen, serta observasi narasumber yang dinilai layak dan memenuhi kualifikasi topik penelitian.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini meliputi dramaturgi yang diterapkan pria androgini Indonesia dalam memanfaatkan media sosial Instagram (*online*) dalam konteks ingin membentuk kesan sebagai *influencer* ataupun secara *offline* di realitas sosial.

## **1.3 PERTANYAAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka pertanyaan penelitian ini yaitu:

- 1.3.1 Bagaimana dramaturgi pria androgini Indonesia dalam pemanfaatan media sosial Instagram?
- 1.3.2 Bagaimana konsep diri pria androgini Indonesia?
- 1.3.3 Bagaimana strategi manajemen kesan pria androgini Indonesia dalam pemanfaatan media sosial Instagram?

## **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini yaitu:

- 1.4.1 Mengetahui dramaturgi pria androgini Indonesia dalam pemanfaatan media sosial Instagram
- 1.4.2 Mengetahui konsep diri pria androgini Indonesia
- 1.4.3 Mengetahui strategi manajemen kesan pria androgini Indonesia dalam pemanfaatan media sosial Instagram

## **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian bidang Ilmu Komunikasi, seperti studi komunikasi antarpribadi pada konteks konsep diri, dramaturgi, dan teori manajemen kesan, khususnya oleh pria androgini Indonesia di media sosial Instagram.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berhubungan dengan penerapan dramaturgi pria androgini Indonesia di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan penelitian bagi penyusunan program

seperti anti diskriminasi dan penelitian ilmiah kedepannya yang berkaitan dengan penerapan dramaturgi pria androgini Indonesia.

### 1.5.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan kontribusi bagi individu yang berperan sebagai bagian dari masyarakat agar dapat lebih terbuka dan mengubah persepsi yang negatif terhadap individu androgini. Hal ini bertujuan agar kaum androgini tidak lagi mendapat perlakuan yang buruk, seperti diskriminasi dan dicela, baik di media sosial ataupun dalam lingkungan sosial realita.

## 1.6 BATASAN MASALAH

Peneliti membatasi masalah penelitian pada pria androgini Indonesia yang juga memiliki dan aktif di media sosial Instagram. Hal ini karena *beauty* atau kecantikan identik disimbolkan sebagai perempuan oleh masyarakat, jadi pria yang dikonstruksikan memiliki sifat maskulin dianggap tidak wajar dan melanggar nilai masyarakat ketika memiliki gaya busana yang feminin dan menggunakan *makeup*. Hal tersebut juga yang membuat peneliti membatasi penelitian, yaitu di Indonesia. Masyarakat masih kerap mendiskriminasi pelaku sosial yang dianggap melanggar nilai dan masyarakat tersebut, yang mana dalam konteks ini merupakan kaum androgini.

Penulis juga membatasi pria androgini Indonesia yang akan menjadi objek penelitian harus merupakan pengguna dan aktif di media sosial Instagram. Hal tersebut karena Instagram merupakan aplikasi *urban* lima teratas yang mayoritas digunakan masyarakat Indonesia dan memiliki fitur *instastory* serta *instafeeds* yang akan mendukung observasi terhadap penerapan dramaturgi objek penelitian di panggung depan (*front stage*).

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA