

BAB 1

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Masalah

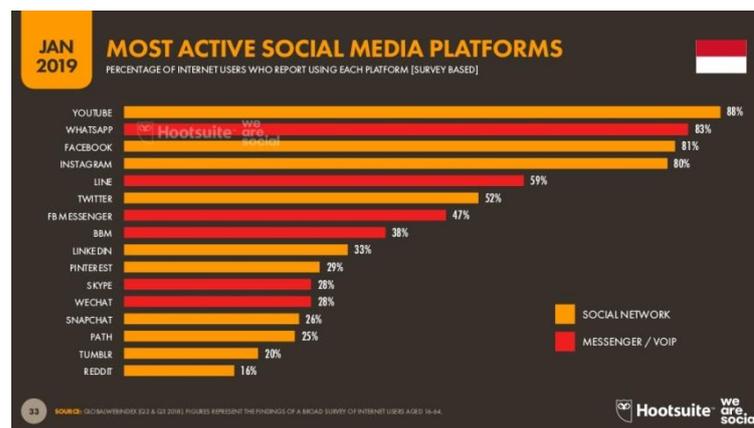
Kemajuan teknologi menghasilkan suatu teknologi komunikasi baru yang saat ini disebut sebagai *New Media*. Lev Manovich (2003) dalam Hawanis (2019) menjelaskan bahwa *New Media* adalah objek budaya dan pandangan baru dalam dunia media massa di tengah masyarakat (Hawanis, 2019).

Selain itu, Andrew Dewdney dan Peter Ride (2006) dalam Wicaksono (2017) menjelaskan bahwa *New Media* juga dapat diartikan sebagai perasaan, pengalaman, dan ide yang diperoleh seseorang melalui ikut sertanya dalam media dan cara berkomunikasi yang baru, berbeda dan lebih menantang (Wicaksono, 2017). Adanya perkembangan *New Media*, banyak muncul aplikasi-aplikasi *mobile* yang dapat dimanfaatkan oleh para pengguna, salah satunya adalah media sosial.

Media sosial merupakan teknologi digital yang memberikan kesempatan banyak orang untuk berinteraksi dan mengembangkan konten pesan. Menurut Caleb T. Carr & Rebecca A. Hayes (2015), media sosial merupakan media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak, yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain (Juddi, 2019).

Media sosial berbeda dengan media-media lainnya yang ada pada internet, sebab pengguna media sosial dapat mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi (Nasrullah, 2015:19). Media sosial dapat membantu manusia dalam berbagai aspek kebutuhan dan berbagai kegiatan.

Banyak aktivitas yang dapat dilakukan masyarakat melalui media sosial, mulai dari mencari informasi terkini, hiburan, melakukan bisnis, atau aktivitas lainnya. Menurut data dari wearesocial.com, total pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 150 juta pengguna yang berarti 56% dari seluruh populasi di Indonesia adalah pengguna internet dan 130 juta diantaranya merupakan pengguna media sosial yang aktif.



Gambar 1.1 Media Sosial Paling Sering Digunakan di Indonesia hingga Tahun 2019

Sumber: wearesocial.com

Media sosial pun terus berkembang dengan semakin banyaknya jenis media sosial. Seperti Facebook, Youtube, Twitter, WhatsApp, dan Line yang menjadi media sosial favorit masyarakat Indonesia, salah satu media sosial yang tumbuh dengan cepat adalah Instagram karena jumlah penggunanya yang terus meningkat. (Nasrullah, 2015:11)

Instagram sebagai salah satu media sosial populer di Indonesia berada di peringkat keempat dengan pengguna mencapai 80% yaitu 62 Juta pengguna. Berdasarkan sumber *wearesocial.com* (2019), penggunaan instagram di Indonesia paling banyak digunakan oleh pengguna di atas usia 13 tahun. Berdasarkan data tersebut, maka Instagram merupakan salah satu media yang potensial untuk digunakan sebagai media untuk menjalin relasi serta menunjukkan identitas diri seseorang kepada khalayak banyak.

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang sedang marak penggunaannya saat ini. Pengguna Instagram dapat membuat dan menciptakan konten-kontennya sendiri serta dapat mengekspresikan dirinya secara bebas sehingga penggunanya dapat mengunggah foto-foto yang bersifat pribadi kedalam bentuk album foto *virtual* yang dapat dinikmati oleh *followers* atau pengikutnya.

Dari awal kemunculannya pada tahun 2010, Instagram adalah media sosial yang berfungsi untuk membagikan foto serta video dengan durasi pendek sehingga pesan-pesan yang dihasilkan dari unggahan di Instagram bukan hanya tulisan saja, melainkan pesan teks yang berbentuk visual dan audio visual. Seiring berjalannya waktu, Instagram mulai menambah fitur-fiturnya, diantaranya yaitu Instagram *Story* dan Instagram TV (IGTV) yang dapat memberikan fasilitas lebih bagi pengguna untuk mengekspresikan dirinya lebih dari sekedar foto atau video dengan durasi yang pendek.

Saat ini Instagram bukan hanya menjadi wadah untuk berbagi foto atau video saja tetapi juga menjadi ajang eksistensi diri. Banyak bermunculan akun-akun Instagram yang populer berkat foto-foto yang diunggahnya, sehingga

memiliki ribuan bahkan ratusan ribu pengikut akun sehingga juga berpengaruh bagi para pengguna Instagram lainnya. Orang-orang dengan kategori ini disebut Selebgram. Selebgram juga dikenal sebagai selebriti yang tiba-tiba. Ini karena kebanyakan dari mereka adalah orang yang jarang muncul di media konvensional, bahkan identitas pemilik akun juga cenderung misterius dan memiliki jumlah pengikut yang fantastis (Herawati, 2020).

Instagram menjadi ruang pribadi bagi para penggunanya karena isi galeri pengguna dapat didesain sesuai dengan kehendak masing-masing. Instagram sebagai media visual mampu menghadirkan simbol-simbol tertentu sebagai alat memproduksi makna dari suatu identitas yang ingin disampaikan. (Kertamukti, dkk, 2019). Tidak sedikit orang termasuk selebgram juga menciptakan sebuah kesan tersendiri pada foto-foto unggahannya di instagram.

Albertazzi (2013) menyatakan bahwa foto yang dihadirkan di instagram merefleksikan kode-kode, nilai-nilai, dan keyakinan atas kebudayaan secara keseluruhan. Foto memiliki peran penting sebagai media penyampaian pesan secara non verbal, misalnya *make up* yang dipilih, *body language*, hingga *fashion* pakaian yang digunakan pada setiap unggahannya (Kertamukti, dkk, 2019). Hal ini tentunya dapat menunjukkan bagaimana presentasi identitas diri dari pemilik akun instagram tertentu.

Identitas diri adalah identitas yang menyangkut kualitas eksistensi dari subjek, yang berarti bahwa subjek memiliki gaya pribadi yang khas. Itu berarti bahwa identitas diri merupakan mempertahankan suatu gaya keindividualitasan diri sendiri (Erickson dalam Rahma & Reza, 2013). Menurut Sunaryo (2004),

identitas diri adalah kesadaran akan diri pribadi yang bersumber dari pengamatan dan penilaian, sebagai sintesis semua aspek konsep diri dan menjadi satu kesatuan yang utuh.

Banyak orang yang menggunakan Instagram untuk menunjukkan identitas dirinya. Satu dari sekian banyak pengguna Instagram yang menunjukkan identitas dirinya adalah @andreaslukita_. Akun Instagram @andreaslukita_ merupakan akun pribadi milik Andreas Lukita, salah satu *beauty vlogger* pria di Indonesia. Sebagian besar foto-foto unggahannya menampilkan cara berpakaian dan penggunaan aksesoris serta *make up* yang merepresentasikan identitas sebagai *crossdresser*.

Crossdresser merupakan sebuah identitas dimana seseorang memiliki kecenderungan memakai pakaian dan atribut yang secara sosial dipandang berlawanan dengan jenis kelaminnya dengan berbagai faktor latar belakang (Amalia, 2018). Perempuan yang berpakaian seperti laki-laki, atau sebaliknya, laki-laki yang berpakaian seperti perempuan. Pakaian dan atribut dapat menjadi sarana untuk menyampaikan pesan-pesan non verbal yang dapat disalurkan untuk merepresentasikan identitas diri.

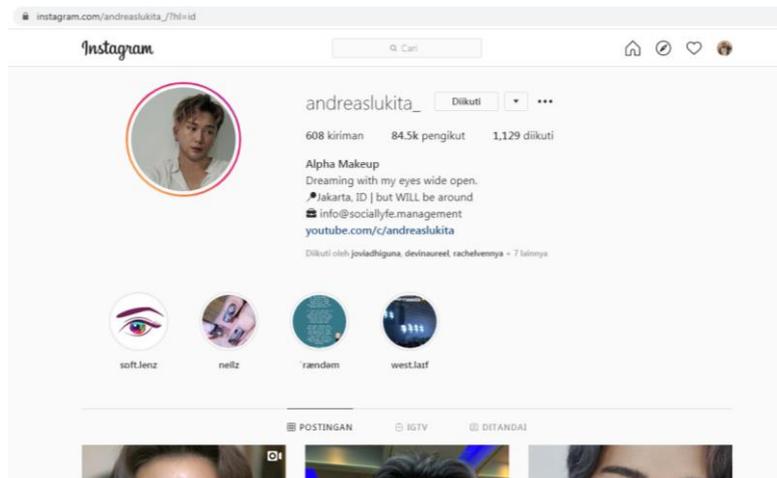
Dalam pandangan heteronormatif, kita terikat oleh wacana dimana maskulin dan feminin sudah terbentuk sebelumnya. Misalnya saja perempuan harus bersikap feminin, mengenakan rok, berambut panjang, dan sebagainya. Sedangkan laki-laki harus bersikap maskulin, berbadan tegap, kuat, berambut pendek, dan sebagainya. Wacana-wacana seperti itu sudah tertanam dalam diri kita sehingga ketika muncul fenomena di luar itu, misalnya laki-laki yang

bersikap feminine atau perempuan yang bersikap maskulin maka dari sudut pandang heteronormatif akan dianggap sebagai sesuatu yang “tidak normal” (Putri, 2015).

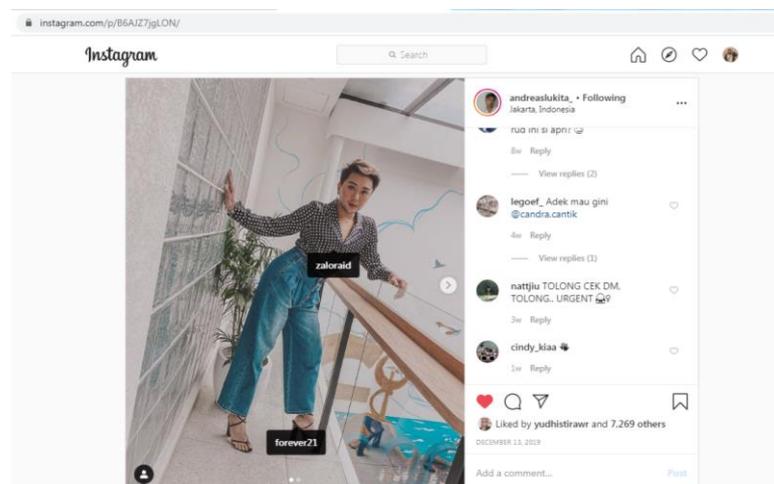
Awalnya, *crossdresser* hanya digunakan oleh profesi tertentu di media konvensional. Namun saat ini, banyak orang yang menciptakan identitas *crossdresser* sebagai identitas dirinya di media sosial. Para pengguna dapat dengan bebas pula mengekspresikan identitas diri pada laman media sosialnya masing-masing, termasuk Andreas Lukita.

Andreas Lukita kerap menunjukkan kesan “cantik” di setiap foto yang diunggahnya, yaitu dengan menggunakan *fashion* pakaian yang sering digunakan oleh perempuan serta menggunakan *make up* yang menambah kesan cantik pada setiap fotonya. Padahal sebagaimana diketahui bahwa laki-laki dan image cantik merupakan dua konsep yang bertolak belakang. Namun Andreas Lukita memilih untuk memadukan konsep feminin dan maskulin di setiap unggahannya. Tanda-tanda dari pesan yang digunakan oleh Andreas Lukita ini merupakan tanda yang digunakan untuk membangun identitas dirinya sebagai *crossdresser* di media sosial.

Pakaian berperan penting dalam menyampaikan pesan non verbal di setiap unggahan seseorang, karena pakaian yang digunakan dapat membentuk karakter dalam dirinya serta memiliki makna yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain. Namun, pakaian yang awalnya dapat digunakan untuk mengkomunikasikan jenis kelamin seseorang, saat ini sudah tidak dapat dijadikan tolak ukur (Amalia, 2018).



Gambar 1.2 Profil Instagram @andreaslukita_
 Sumber: www.instagram.com/andreaslukita



Gambar 1.3 Salah satu unggahan di Instagram @andreaslukita_
 Sumber: www.instagram.com/andreaslukita

Namun, identitas *crossdresser* dapat digolongkan sebagai identitas seorang *queer*. Menurut *An English-Indonesian Dictionary*, *queer* berarti aneh, ganjil, atau homoseks. *Queer* dapat diartikan sebagai perilaku yang secara sosial cenderung dianggap menyimpang dalam masyarakat heteronormative (Sari, 2018). Seorang *crossdresser* termasuk dalam golongan *queer* karena perilakunya yang tidak biasa dilakukan oleh mayoritas masyarakat di Indonesia.

Judith Butler dalam Amalia (2018) menyebutkan bahwa bagaimana orang berpikir dan berbicara tentang gender dan jenis kelamin, selalu berdasarkan konfigurasi secara sosial dan budaya. Menurut Butler, dalam pandangan heteronormatif, kita terikat oleh wacana maskulin dan feminin yang sudah terbentuk sebelumnya, yaitu perempuan harus berperilaku secara feminin, lalu laki-laki harus berperilaku secara maskulin.

Menurut Butler, identitas diperoleh dari tindakan performative yang selalu berubah-ubah atau tidak mutlak, sehingga sah-sah saja jika seseorang memiliki identitas maskulin dan feminine di satu waktu yang bersamaan (Wulandari, 2018).

Dengan adanya pembeda standarisasi serta normalisasi antara laki-laki dan perempuan ini menghasilkan konsep serta aturan bahwa seseorang seharusnya melakukan sesuatu yang sesuai dengan norma, adat, serta budaya yang sesuai dengan realitas sosial di masyarakat. Aturan yang tidak setara tersebut memberikan batasan-batasan kepada laki-laki dan perempuan untuk bersikap, salah satunya adalah dalam pemilihan cara berpakaian.

Asumsi-asumsi heteronormatif seperti disebutkan di atas, sudah tertanam kuat dalam pandangan mayoritas masyarakat Indonesia dengan bagaimana cara orang-orang terdahulu menjaga nilai-nilai moral penerusnya. Ketika muncul fenomena *crossdressing* yang dilakukan oleh perempuan maupun laki-laki, dari sudut pandang heteronormatif, hal tersebut dianggap suatu 'ketidaknormalan'.

Meskipun *crossdresser* menjadi minoritas di Indonesia, banyak laki-laki dan perempuan yang melakukan *crossdressing* dengan memakai baju lawan

jenisnya. Aturan heteronormatif menciptakan ukuran dan batasan bagaimana pakaian yang semestinya digunakan oleh laki-laki ataupun perempuan.

Dari uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mendeskripsikan identitas crossdresser yang direpresentasikan oleh Andreas Lukita di akun Instagram pribadinya yaitu @andreaslukita_. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat makna yang terdapat dalam foto melalui cara berpakaian Andreas Lukita dalam membentuk identitas diri sebagai seorang *crossdresser*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan studi semiotika terhadap foto-foto unggahan Andreas Lukita.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut, peneliti merumuskan masalah yaitu “Bagaimana rerepresentasi identitas crossdresser pada akun Instagram @andreaslukita_?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram sebagai media untuk mengetahui representasi identitas crossdresser pada akun Instagram @andreaslukita_.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Penelitian Secara Akademis

Melalui hasil yang didapatkan dari penelitian ini, diharapkan hasil penelitian tersebut dapat digunakan sebagai referensi dan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi khususnya mengenai penggunaan Instagram sebagai media untuk mengetahui representasi identitas crossdresser pada akun Instagram @andreaskita_.

1.4.2 Manfaat Penelitian Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi pembaca mengenai penggunaan Instagram sebagai media untuk mengetahui representasi identitas crossdresser pada akun Instagram @andreaskita_, dan sebagai media ilmiah yang dapat digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teori yang didapat selama kuliah dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan.