

ANALISIS MULTIMODALITAS HEGEMONIK MASKULINITAS DALAM KOMIK DIGITAL TENTANG LARANGAN MUDIK PADA FEED INSTAGRAM AKUN @JOKOWI

Samuel Rihi Hadi Utomo¹⁾ dan Sekar Ayu Maharani²⁾

^{1, 2)} Universitas Gadjah Mada
samuel.dimasutomo@gmail.com

ABSTRAK

Esai ini berusaha menjelaskan dan membedah komik digital di feed Instagram akun @jokowi tentang larangan 'mudik' di tengah pandemi Covid-19. Esai ini merupakan analisis wacana multimodal dari perspektif Kress dan van Leeuwen dengan meminjam 3 terminologi: representational meaning, interactive meaning and compositional meaning, yang kemudian menunjukkan bahwa larangan mudik 2021 erat berpegangan dengan apa yang disebut hegemonik maskulinitas. Komik digital ini mendudukkan hegemonik maskulinitas sebagai garda terdepan yang berperan aktif dalam penanganan Covid-19 terkait dengan larangan mudik. Perspektif Connel dan Foucault membantu melihat bagaimana maskulinitas bekerja untuk mendisiplinkan masyarakat terkait dengan larangan mudik. Komik digital ini menunjukkan keberagaman maskulinitas untuk kembali menjunjung nilai maskulinitas tradisional. Pemerintah dalam komik ini merupakan perpanjangan tangan dari hegemonik maskulinitas, mengatur masyarakat pada masa pandemi Covid-19, serta menunjukkan kode-kode yang diidealkan maskulinitas tradisional dan budaya patriarki.

Kata Kunci Komik, Wacana, Multimodal, Hegemonik, Maskulinitas.

ABSTRACT

This essay explained and explore digital comic from Instagram account of Indonesian's president @jokowi about 'mudik' travel ban in this Covid-19 pandemic. It's also an analyze of multimodality discourse from Kress and van Leeuwen's perspective using 3 terminology : representational meaning, interactive meaning and compositional meaning, and then showing that 'mudik' is close to masculinity hegemonic. This digital comic placed masculinity hegemonic as the frontline who played an active role to handling Covid-19 related to 'mudik' tavel ban. Connel and Foucault's perspective help to show masculinity that works to disciplined society regarding to hegemonic of 'mudik' travel ban. This digital comic shows the diversity of masculinity to return to upholding traditional masculinity values. The government's comic is an extension of masculinity hegemonic and patriarchal culture.

Keywords Comic, Discourse, Multimodal, Hegemonic, Masculinity.

PENDAHULUAN

“Ada harapan?” tanya Bima yang meminta temannya untuk mencarikan oksigen di tengah lonjakan kasus Covid-19 di Yogyakarta (Purwandono, 2021). Bima adalah teman sekaligus sahabat kami yang dinyatakan positif Covid-19. Bima sempat berjuang melawan Covid-19 di Rumah Sakit Sardjito Yogyakarta. Namun takdir berkata berbeda, Bima meninggalkan kami. Bima adalah satu dari angka kematian Covid-19 di Indonesia yang terus melonjak. Kepergiannya meninggalkan duka mendalam, sekaligus mengingatkan kami betapa kejamnya Covid-19. Perjuangan melawan Covid-19 juga menjadi pengalaman hidup yang kami (penulis) alami secara langsung, karena saya (Samuel) dan orang terkasih kami, keluarga kami pernah dan sedang berjuang melawan kejamnya Covid-19. Berada di situasi yang setiap harinya seperti menaiki *roller coaster*, bertaruh nyawa di jalanan untuk mencari oksigen, *smartphone* yang harus selalu aktif menunggu setiap notifikasi dari orang terkasih, membuat tidur nyenyak semakin jauh dari kami. Ya begitulah kejamnya Covid-19, menggunakan masker, mencuci tangan, menjaga jarak dan menghindari kerumunan menjadi kebiasaan baru yang harus dipatuhi, karena nyawa menjadi taruhannya. Kebiasaan baru ini terkait dengan pentingnya menjaga

dan mematuhi protokol Kesehatan (prokes) seperti yang sudah dan sering digaungkan berbagai pihak, dan salah satu pihak yang dengan vokal menggaungkan prokes adalah pemerintah.

Melihat angka yang terus melonjak akibat kejamnya Covid-19, pemerintah tidak henti-hentinya menggaungkan kejamnya Covid-19 dari angka kematian yang terus naik, angka dari kasus baru Covid-19 yang juga naik, meskipun di sisi lain angka kesembuhan juga meningkat, seolah menjadi oase di tengah teriknya padang gurun Covid-19. Tidak hanya angka dan diagram, namun informasi terkait prokes, PSBB, PPKM, larangan mudik serta vaksin Covid-19 juga terus disampaikan dalam iklan-iklan layanan masyarakat, tentu dengan harapan dapat menekan dan memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Iklan layanan masyarakat dipahami sebagai iklan yang bertugas menyampaikan informasi kepada penonton dengan persuasi mendidik penonton dengan tujuan untuk kepentingan dan kesejahteraan masyarakat, serta menambah pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku (Kompas, 2020). Berbagai bentuk iklan layanan masyarakat dibuat untuk menjangkau lebih banyak masyarakat, termasuk dengan iklan layanan masyarakat terkait Covid-19. Media digital menjadi sasaran iklan layanan masyarakat, mengikuti lonjakan aktivitas berselancar di media digital di masa pandemi Covid-19.

Komik digital menjadi salah satu bentuk iklan layanan masyarakat terkait Covid-19 yang dapat ditemui di Instagram, misalnya pada akun @jokowi, presiden Republik Indonesia. Pada tanggal 8 Mei 2021, akun tersebut mengunggah *feed* Instagram yang merupakan iklan layanan masyarakat berbentuk komik digital dengan beberapa panel yang berisikan larangan mudik dan dilengkapi dengan *caption* “Pandemi masih mengancam. Mari menahan diri demi keselamatan bersama”. Sejak pandemi melanda Indonesia di awal tahun 2020 silam, mudik dilarang oleh pemerintah pusat dan tahun 2021 ini pelarangan mudik diberlakukan kembali. Pada bulan April 2020, pemerintah membuat kebijakan bahwa mudik dilarang baik bagi perantau yang ada di Jakarta, maupun di kota lain untuk kembali ke kota atau daerah asal. Mudik merupakan tradisi mayoritas masyarakat Indonesia saat menjelang Idul Fitri yaitu pulang kampung. Tentu dalam tradisi ini berkumpul dan menghabiskan waktu bersama keluarga seperti rekreasi menjadi aktivitas yang umum dilakukan, namun tidak dengan kondisi pandemi. Tentu dalam hal ini, menghilangkan tradisi yang setiap tahun sudah dijalankan karena pandemi menjadi kekhawatiran pemerintah akan kasus baru Covid-19 karena mudik. Oleh karena itu, pemerintah jauh sebelum Lebaran dengan vokal menyatakan larangan mudik, berusaha mendidik masyarakat untuk patuh dengan tidak mudik di tengah pandemi.

Sementara itu merujuk pada kalimat pembuka pada kata pengantar buku “Kekerasan di Masa Pandemi”, Rahmawati dan Udasmoro (2021) menyebutkan bahwa “Pandemi Covid-19 menyentuh banyak aspek kehidupan manusia, bukan hanya pada persoalan materiil seperti misalnya persoalan ekonomi atau kontestasi politik yang semakin menguat tetapi juga persoalan kemanusiaan yang lain”. Persoalan kemanusiaan yang lain dalam konteks buku ini ialah terkait “aspek kekerasan dalam berbagai bentuknya yang terjadi di masyarakat selama masa pandemi Covid-19” (Rahmawati dan Udasmoro, 2021). Artikel yang dituliskan Ratna Noviani (dalam Rahmawati dan Udasmoro, 2021) berjudul “Menggugat Kekerasan Berbasis Gender *Online* di Masa Pandemi Covid-19: Refleksi atas Aktivisme Feminis Digital pada Media *Online* Magdalene.Co & Konde.Co” menyebutkan bahwa pandemi Covid-19 menunjukkan peningkatan kekerasan di dunia maya, bahkan kekerasan berbasis gender menempati urutan kedua selain Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT). Lebih jauh melihat artikel yang dituliskan Wening Udasmoro (dalam Rahmawati dan Udasmoro, 2021) berjudul “Bahasa Kekerasan dan Pilar-Pilar Kekuasaan Baru Masa Pandemi Covid-19” menunjukkan bahwa ada praktik-praktik kekuasaan dengan menggunakan bahasa dalam media sosial dengan tujuan pencegahan penyebaran Covid-19. Beberapa tulisan menunjukkan bagaimana kekerasan gender atau relasi gender yang timpang terjadi dari respons beragam kalangan terkait pandemi Covid-19. Namun tulisan yang berfokus pada relasi gender yang timpang dari pemberitaan atau iklan pemerintah terkait Covid-19 belum banyak dilakukan, terlebih yang dilakukan dengan analisis multimodal.

Tulisan terkait perlawanan terhadap *gender order* sudah banyak ditemui, salah satunya seperti yang dituliskan Margaretha Finna Calista, Prisma Yunia Putri dan Habib Muharrom Sudarmawan (2021) berjudul “Konstruksi Maskulinitas Yang Hegemoni Dalam Film *Captain Marvel*” yang

menjelaskan bahwa dominasi dan kekuasaan memiliki hubungan erat dengan apa yang disebut dengan hegemoni. Lebih jauh dalam penjelasannya, hegemoni dan maskulinitas menunjukkan adanya gender yang mendominasi dan dominasi ini kemudian melahirkan apa yang disebut dengan patriarki yang mengasosiasikan laki-laki dengan kuat dan perempuan dengan lemah. Maskulinitas sendiri tidak dipahami sebagai siapa, tetapi apa yang dilakukan. Dalam penjelasannya Handayani (2010) menyebutkan bahwa maskulinitas tidak merujuk pada seks atau jenis kelamin, melainkan dari apa yang ditampilkan. Maskulinitas hegemonik (*hegemony masculinity*) dalam penjelasan Connel merupakan “*the configuration of gender practice which embodies the currently accepted answer to the problem of legitimacy of patriarchy, which guarantees (or is taken to guarantee) the dominant position of men and the subordination of women*” (dalam Darianus, 2019). Tulisan peneliti kali ini akan mencoba melakukan eksplorasi terkait perspektif hegemonik maskulinitas dalam konteks himbauan larangan mudik di tengah pandemi Covid-19 dengan media komik digital.

Melihat himbauan pemerintah terkait Covid-19 sebagai teks visual dan verbal, yang bekerja sama untuk menyampaikan pesan dan ideologi tertentu kepada *viewer*. Beragam aspek seperti warna, *layout*, jenis *shot*, ukuran *frame*, *gesture*, pemilihan dan penggambaran tokoh, merupakan moda-moda dalam sebuah teks. Multimodalitas kemudian dipahami sebagai penggunaan beberapa moda semiotik yang bertugas membangun makna (Noviani, 2018). Tulisan ini hendak menjelaskan dan membedah relasi gender yang ditampilkan dalam pemberitaan pemerintah Indonesia terkait Covid-19 yang secara representatif dapat dilihat dari *feed* Instagram presiden Republik Indonesia @jokowi pada tanggal 8 Mei 2021 yang berisikan anjuran larangan mudik. Tulisan ini berkontribusi pada eksplorasi perspektif hegemonik maskulinitas pada media komik digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Diambil dari penelitian Andini Jayanti Putri (2020) yang berjudul “Nilai Keberagaman Pada Komik Online Webtoon Berjudul 90 Days”. Penelitian ini mencoba menguraikan cerita tentang seorang mahasiswa bernama Radinka yang diikuti oleh malaikat pencabut nyawa selama 90 hari. Dengan menggunakan analisis semiotika dari Pierce, terdapat beberapa episode yang menunjukkan beberapa nilai Islam tentang pemahaman kehidupan setelah kematian serta nilai-nilai yang ditanamkan pada diri manusia selama hidupnya antara lain silaturahmi, menjaga lingkungan serta menjaga alam. Melalui komik 90 Days serta komik yang sedang penulis teliti, yaitu komik tentang Covid 19 yang diupload pada akun Instagram @jokowi, maka dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung ideologi-ideologi (baik dalam beragama maupun bernegara) secara tidak langsung dapat digambarkan melalui tokoh, gestur tubuh dari tokoh atau dialog untuk menyampaikan pesan dari ideologi tersebut.

Tulisan terkait analisis semiotika sosial atau multimodal sudah banyak ditemui, seperti penelitian yang dilakukan Samuel Utomo dan Wening Udasmoro (2021) berjudul “*Queer Femininity Multimodal Discourse Analysis On Web Series Boundaries: Confining Or Freeing(?)*”. Analisis wacana multimodal dari perspektif Kress dan van Leeuwen (1996) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya relasi gender yang timpang dalam konteks *queer femininity*. Femininitas masih tidak pernah bisa dilepaskan dari kode-kode yang diidealkan heteroseksual, patriarki dan media. Penelitian selanjutnya terkait dengan analisis wacana multimodal yang dilakukan Samuel Utomo (2020) berjudul “Analisis Wacana *Queer* pada Iklan Durex Versi Restoran Favorit Baru Hanya Untuknya: #SayangBeneran (?)” menunjukkan bahwa wacana *queer* dalam iklan kondom tidak pernah lepas dari nilai maskulin, heteroseksual dan patriarki. Analisis multimodalitas dalam dua penelitian ini seolah ingin mengatakan bahwa ketimpangan relasi gender masih sering ditemui, cenderung tidak terpikirkan dan terlewatkan oleh mata.

Analisis wacana multimodal dapat digunakan sebagai *tools* (perangkat metodis) yang bertujuan mengkaji konfigurasi wacana dalam teks (Noviani, 2018). Berbicara mengenai wacana, Kress dan van Leeuwen memahami wacana sebagai pengetahuan tentang realitas yang kemudian diproduksi secara sosial, yang mana kemudian wacana tersebut dapat ditemukan dalam sebuah teks (Noviani, 2018). Teks dalam analisis wacana multimodal membangun wacana dengan beragam moda-moda untuk menyampaikan apa yang ingin disampaikan pembuat teks. Melakukan analisis wacana multimodal

berarti melakukan pembedahan terkait bagaimana setiap moda-moda bekerja membangun makna. Lebih jauh dalam penjelasan Kress, analisis wacana multimodal juga membantu melihat secara kritis kepentingan dari produsen teks “siapa yang memproduksi wacana itu, melayani kepentingan siapa wacana itu, mengapa pihak yang membangun makna memilih dan menggunakan moda-moda semiotika tertentu untuk merealisasikan wacana, dan apa kepentingannya” (dalam Noviani, 2018).

Moda merupakan “*a socially shaped and culturally given resources for making meaning*” (Kress, 2009). Lebih jauh dalam penjelasannya, Kress menyebutkan beberapa contoh modal seperti citra, tulisan, *layout*, musik, suara, *gesture*, tuturan, citra bergerak atau *soundtrack*, dan beberapa produk sosial budaya lainnya seperti baju, perabot rumah atau makanan, yang mana moda-moda ini kemudian bertugas untuk membangun makna (Noviani 2018). Sehingga analisis wacana multimodal merupakan proses membedah tanda-tanda baik visual dan verbal untuk mengetahui makna yang terkandung didalamnya. Melakukan analisis wacana multimodalitas berarti berbicara mengenai semiotika sosial untuk mengetahui proses pembuatan tanda yang kemudian saling berkaitan satu tanda dengan tanda lainnya untuk membangun makna. Dalam penjelasan Kress dan van Leeuwen, tanda dipahami sebagai *semiotic resource* yang terus menerus dibuat sesuai kepentingan pembuat teks (Noviani, 2018).

Melihat Pandemi Covid-19 dalam konteks gender dalam tulisan Wening Udasmoro (2021) berjudul “Bahasa Kekerasan dan Pilar-Pilar Kekuasaan Baru Masa Pandemi Covid-19” dapat diketahui bahwa selama masa pandemi Covid-19 ditemukan “praktik kekerasan lewat Bahasa yang digunakan untuk menancapkan kekuasaan-kekuasaan baru di berbagai pengalaman di Indonesia”. Udasmoro juga menjelaskan bawah pandemi Covid-19 selalu ditunjang oleh nilai maskulinitas, Satgas Covid-19 dan bahkan istilah *lockdown* justru menonjolkan nilai maskulinitas sebagai garda terdepan pahlawan penanganan Covid-19. Apabila van Leeuwen dalam kajiannya terkait rasisme visual mengatakan bahwa rasisme tidak semata terealisasikan secara verbal, tetapi juga secara visual “rasisme yang direalisasikan dalam teks visual justru lebih menonjol dibandingkan dengan teks verbal (Noviani, 2018). Sejalan dengan yang disampaikan Utomo dan Udasmoro (2021) yang menunjukkan bahwa analisis multimodalitas pada teks visual menunjukkan diskriminasi gender, bahkan diskriminasi ini justru terjadi pada konteks *queer* yang justru mengajak keluar dari berbagai bineritas. Utomo dan Udasmoro berusaha menunjukkan bahwa teks visual juga dapat menunjukkan diskriminasi gender, dengan beragam moda-moda yang ditampilkan (tanda visual) dari suatu teks.

Maskulinitas dipahami sebagai konstruksi sosial (Wandi, 2015), yang lekat dengan kekuatan, kekuasaan, aksi, aktif, pemegang kendali, menempati posisi subjek, kemandirian, ruang publik, otot, agresif, kompetitif, rasional, kepuasan diri dan kerja. Konsep hegemonik maskulinitas Connell sebenarnya merupakan perlawanan akan bineritas gender maskulin dan feminin, karena maskulinitas juga terbagi menjadi maskulinitas dominan dan maskulinitas subordinat. Namun dari konsep ini dapat dipahami bahwa maskulinitas dominan masih menempati posisi yang hierarkis dengan maskulinitas subordinat dan femininitas. Posisi yang hierarkis ini kemudian seolah membungkam suara dari kelompok yang dikatakan subordinat. Sedangkan apabila melihat konteks pandemi Covid-19, maka semua kelompok memiliki tugas dan peran yang sama dalam penanganan pandemi, tidak semata menjadi tugas dan tanggung jawab kelompok dominan.

METODOLOGI

Utomo (2020) menjelaskan tiga pisau bedah *representational meaning*, *interactive meaning* dan *compositional meaning* dalam analisis wacana multimodal yang ditawarkan Kress dan van Leeuwen (1996) akan digunakan untuk membeda setiap panel dari komik digital dalam penelitian ini. *Representational meaning*, merupakan pisau bedah pertama yang digunakan untuk melihat *actor* dan *goals* dari tokoh dalam sebuah gambar, sehingga kemudian dapat diketahui siapa tokoh yang berperan aktif dalam gambar tersebut. Pisau bedah ini juga dapat digunakan untuk mengetahui makna dari kehadiran benda-benda simbolik pada gambar. Pisau bedah kedua ialah *interactive meaning* yang bertugas untuk melihat hubungan yang ingin dibangun antar tokoh dalam gambar dengan penonton atau pembaca, atau dengan kata lain interaksi seperti apa yang coba ditawarkan tokoh dalam gambar dengan penonton atau pembacanya. *Compositional meaning* merupakan pisau bedah terakhir yang biasanya digunakan untuk melihat struktur *given – new* yang diciptakan tokoh dalam gambar. Struktur

ini menyesuaikan dengan struktur pembacaan teks dimana teks/gambar itu diproduksi dan dituju, maka dalam jurnal ini tokoh yang berada di sebelah kiri akan menempati posisi *given* dan tokoh yang berada di sebelah kanan dari gambar akan menempati posisi *new*, tentu dalam struktur ini ada muatan informasi yang perlu diketahui. Pisau bedah terakhir ini mengajak untuk melihat lebih jauh apa yang menjadi fokus dalam sebuah gambar, termasuk untuk mengetahui lebih lanjut pesan dan makna yang ingin disampaikan. Esai ini bertujuan untuk membedah komik digital larangan mudik dari beberapa panel didalamnya dengan tiga pisau bedah yang ditawarkan Kress dan van Leeuwen (1996).

PEMBAHASAN



Gambar 1. Potongan *slide feed* Instagram berisikan larangan mudik 2021
 Sumber: *Capturing* dari akun Instagram @jokowi

Gambar 1 menampilkan tiga tokoh laki-laki A dan B di *slide* 1-4 dan tokoh C di *slide* 5. Secara keseluruhan dari gambar ini dapat diketahui A memakai baju berwarna merah dan posisinya berada di sebelah kiri dari tokoh B yang memakai baju berwarna biru dan berada disebelah kanan tokoh A. Keduanya dalam komik ini terlihat memakai masker dan duduk berjarak. Tokoh C di *slide* ke-5 menggunakan kemeja berwarna putih, kopiah hitam dan celana hitam, serta lencana berwarna merah dan putih, yang mana tokoh C dalam *feed* ini ialah presiden Republik Indonesia Bapak Jokowi pemilik akun dari *feed* ini. Pada *slide* 1 dapat diketahui bahwa A dan B sedang bercakap-cakap di depan kamar kos dengan handuk yang sedang terjemur di depan mereka (Gambar 2 – panel 1).



Gambar 2. *Slide* 1 dan 2 *feed* Instagram berisikan panel 1,2,3 dan 4.
 Sumber: *Capturing* dari akun Instagram @jokowi

Kotak dialog panel 1 dan 2 (Gambar 2 – kiri) berisikan obrolan A dan B sebagai berikut;

B : Ini beneran kita nggak boleh mudik lagi?

A : Ya gimana, kan masih pandemi

B : Duh bosan tahu, mau jalan-jalan sama keluarga

Dari percakapan ini dapat diketahui bahwa B tampak kesal karena tidak boleh ‘mudik’ dikarenakan pandemi yang belum usai. A mencoba untuk merespon dengan berkata ‘*ya gimana, kan masih pandemi*’, yang menunjukkan bahwa keadaan pandemi seperti ini tidak memungkinkan untuk mudik dan akhirnya B menunjukkan kekesalannya karena ia ingin berjalan-jalan dengan keluarga. Mudik disini juga merupakan tradisi mayoritas masyarakat Indonesia saat menjelang Idul Fitri yaitu pulang kampung. Momen Idul Fitri setahun sekali ini sering dimanfaatkan oleh para perantau untuk bertemu dengan sanak saudara mereka. Larangan mudik di Indonesia sudah dua kali diberlakukan pemerintah sejak pandemi melanda Indonesia di awal tahun 2020 hingga 2021 larangan mudik ini kembali diberlakukan kembali yang ditandai oleh kalimat pertama oleh tokoh B dengan penggunaan kata *lagi*. Pada bulan April 2020, pemerintah membuat kebijakan bahwa mudik dilarang baik bagi perantau yang ada di Jakarta, maupun di kota lain untuk kembali ke kota atau daerah asal. Dalam artikel yang berjudul *Larangan Mudik 2020, antara Cegah Virus Corona dan Dampak Ekonomi* (dalam kompas.com, 2020) menjelaskan ada beberapa hal yang menjadi perhatian masyarakat Indonesia, khususnya perantau yang menyikapi larangan mudik ini dari dua sisi, baik dari sisi adanya potensi penularan virus dan ekonomi. Salah satunya adalah tentang kendaraan umum dan pribadi yang dilarang keluar dari zona merah, hal tersebut dapat tergambar dari penggambaran percakapan antara tokoh A dan B. Melalui percakapan panel pertama, tokoh A sudah terlihat lebih aktif daripada tokoh B meskipun ia hanya menimpali pertanyaan dari tokoh B, dan kalimat tersebut akan menggiring pembaca untuk memberikan penilaian awal antara kedua tokoh ini. Percakapan dalam panel 3 dan 4 (Gambar 2 – kanan) mulai menunjukkan adanya perbedaan relasi dari kedua tokoh ini. Hal tersebut tampak dari percakapan mereka;

A : Mending mana? Bisa jalan-jalan bareng keluarga tapi terus jadi ada yang ketularan, sakit, terus malah meninggal.

B : Ih apaan sih. Pertanyaanmu kok gitu? Jangan nakut-nakutin gitu ah!

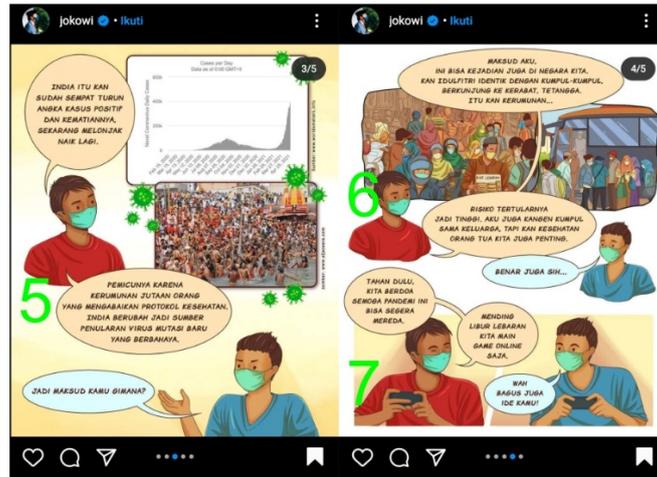
A : Ya bukannya nakut-nakutin. Kamu udah baca belum berita di India?

B : Ada apa memangnya di India?

Dari percakapan ini B merasa ‘ditakut-takuti’ oleh berita tentang Covid yang terjadi di India. Tokoh A juga menunjukkan bahwa dirinya lebih mendominasi selain dari warna pakaiannya (merah) yang lebih menjadi *point of interest* dibandingkan tokoh B yang menggunakan baju berwarna biru (dalam psikologi warna, biru merupakan warna dingin dan merah merupakan warna panas).

Gestur yang ditunjukkan oleh A menunjukkan posisi superior atas penggunaan teknologi (panel 4) ketika ia mengangkat *handphone*-nya dan bertanya pada B “*...kamu udah baca belum berita di India?*”. Tokoh B dibuat tampak inferior melalui dialog-dialog yang ditampilkan karena menjadi tokoh yang paling tidak mengetahui informasi terkait Covid-19. Pada panel ketiga, A diposisikan duduk sedangkan B mengangkat tangan kanannya, menunjukkan ketidaknyamanan sehingga apa yang dikatakan B perlu penegasan dari gesturnya. Atau bisa dikatakan bahwa B tidak setuju dengan apa yang dikatakan A. Sedangkan pada panel keempat, dimana A mengangkat salah satu tangannya yang memegang ponsel sambil bertanya pada B mengenai informasi Covid yang ada di India, sedangkan B kembali bertanya sambil melipat tangan yang dapat berarti sebagai proteksi diri dari sesuatu yang menakutkan dan membuatnya khawatir.

Panel 5 (Gambar 3 – kiri) menunjukkan bagaimana tokoh A mencoba menjelaskan yang terjadi di India bahwa kasus di India kembali melonjak setelah adanya pengabaian protokol kesehatan dan muncul virus varian baru.



Gambar 3. Slide 3 dan 4 feed Instagram berisikan panel 5, 6 dan 7.
Sumber: *Capturing* dari akun Instagram @jokowi

Penjelasan dari A tersebut itu divisualkan dengan grafik serta gambar festival di sungai Gangga. Kotak dialog A dan B memperlihatkan percakapan mereka sebagai berikut;

A : India itu kan sudah sempat turun angka kasus positif dan kematiannya, sekarang melonjak naik lagi.

Pemicunya karena kerumunan orang yang mengabaikan protokol kesehatan. India berubah jadi sumber penularan virus mutasi baru yang berbahaya.

B : Jadi maksud kamu gimana?

Tokoh A mencoba menjelaskan yang terjadi di India bahwa kasus di India kembali melonjak setelah adanya pengabaian protokol kesehatan dan muncul virus varian baru. Penjelasan dari A tersebut itu divisualkan dengan grafik serta gambar festival di sungai Gangga. Tokoh B hanya memberikan respon 'jadi maksud kamu gimana?'. Pada panel ini ketimpangan antara tokoh A dan B semakin terlihat. Dialog pada tokoh A menunjukkan bahwa ia lebih aktif dibandingkan dengan tokoh B. Melalui dialog tersebut dapat dipahami bahwa posisi keduanya sangat terlihat jelas yaitu A yang lebih mendominasi dalam menjelaskan isu yang sedang terjadi terkait lonjakan kasus positif dan kematian di India. Sedangkan B hanya menanggapi dengan kalimat pertanyaan dan menunjukkan bahwa ia tidak mengerti maksud dari penjelasan tersebut. Tujuan A sebagai pengirim pesan dalam hal ini sayangnya tampak kurang berhasil, hal itu terlihat dari tanggapan dari B bahwa ia belum mengerti maksud dari A.

Pada panel ini melanjutkan panel sebelumnya dimana bagian ini menjelaskan topik tentang lonjakan kasus di India, tokoh A diposisikan sedang menjadi 'agen' dari media-media yang mempublikasi kondisi India pada waktu itu (dalam Badara, 2012). Ramainya media yang memberitakan lonjakan kasus Covid 19 yang semakin bertambah di Indonesia dan secara tidak langsung dipengaruhi oleh kasus di India tersebut. Tokoh A memberikan contoh kasus kerumunan India pada B yaitu memberikan analogi apabila B tetap mudik dan berwisata bersama keluarga, maka akan ada kerumunan kemudian hal tersebut bisa menyebabkan penularan virus varian baru.

Panel selanjutnya, panel 6 dan 7 (Gambar 3 – kanan) menjadi panel terakhir yang seolah menyimpulkan dan mendudukkan B dalam posisi pasif dan memiliki 'kelemahan' karena tidak memiliki wacana tandingan untuk menanggapi dialog dari A, seperti dialog percakapan mereka berikut;

A : Maksud aku, ini bisa juga kejadian di negara kita. Kan Idul Fitri identik dengan kumpul-kumpul, berkunjung ke kerabat, tetangga. Itu kan kerumunan...

Resiko tertularnya jadi tinggi. Aku juga kangen kumpul sama keluarga, tapi kan kesehatan orang tua kita juga penting.

B : Benar juga sih...

A : Tahan dulu, kita berdoa semoga pandemi ini bisa segera mereda. Mending libur Lebaran kita main game online saja (sambil tersenyum).

B : Wah bagus juga ide kamu.

Ketika A menjelaskan bahwa kerumunan tersebut mungkin terjadi di Indonesia dengan anggapan bahwa Idul Fitri selalu identik dengan berkumpul-kumpul, ia sedang berada di posisi abstraksi untuk menjelaskan mencoba mencari benang merah antara kejadian di India dan Indonesia. Kalimat ‘*kan Idul Fitri identik dengan kumpul-kumpul, berkunjung ke kerabat, tetangga. Itu kan kerumunan...*’ menegaskan bahwa tradisi masyarakat Indonesia yang bersifat komunal terutama saat Idul Fitri harus ‘absen’ terlebih dahulu selama pandemi masih belum juga usai. Beberapa tradisi Idul Fitri yang biasanya identik dengan ‘*kumpul-kumpul*’ antara lain takbiran, mudik, *halal bi halal* dan ziarah kubur (Intan & Dodi, 2020). Kalimat tersebut seolah menjadi penegasan bahwa secara umum, kerumunan dan resiko penularan dapat disebabkan dari tradisi tersebut.

Selanjutnya, B hanya menanggapi penjelasan A dengan kalimat pembenaran, kemudian sebagai dialog penutup A memberikan eufemisme berdasarkan penjelasan dari kalimat sebelumnya. Ajakan main game pada bagian penutup hanya memberi kesan ‘pengalihan topik’ sekaligus untuk mengakhiri perbincangan mereka tentang larangan mudik. Setia panel dari komik digital ini ditutup dengan *slide 7* yang menampilkan tokoh C yang adalah Bapak Jokowi dengan gestur tangan yang menunjuk seolah ingin mengingatkan dan menegaskan apa yang menjadi perkataannya dalam kotak dialog yang berkata “Covid-19 masih mengancam. Jangan lengah! Tetap waspada!” (Gambar 4). Informasi lainnya yang didapat dari *slide* ini ialah informasi terkait protokol kesehatan yang meminta untuk “Rajin Cuci Tangan”, “Pakai Masker” dan “Hindari Kerumunan”.



Gambar 4. Slide 5 feed Instagram penutup komik digital
Sumber: Capturing dari akun Instagram @jokowi

Komik ini secara *representational meaning* dikategorikan sebagai *narrative structures*, Jewitt dan Oyama menjelaskan bahwa “*Narrative pictures (or scenes within pictures) are recognized by the presence of a vector.*” (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001). Dalam penjelasan Jewitt dan Oyama, vektor merupakan garis (diagonal) yang menghubungkan partisipan (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001). Vektor dalam komik ini menunjukkan vektor dua arah (Gambar 2), vektor pertama bergerak dari arah pandang A ke B dan vektor kedua bergerak dari arah pandang B ke A, akan tetapi vektor yang ditunjukkan B ke A cenderung lemah dibandingkan vektor yang ditunjukkan A ke B, meskipun A dan B didudukkan dalam komik ini setara, namun beberapa penggambaran menunjukkan posisi tidak setara, A didudukkan di atas B, sehingga terkesan B melihat ke atas (A) dan apabila merujuk pada penjelasan Jewitt dan Oyama (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001) maka tokoh yang menunjukkan vektornya dengan melihat ke atas menggambarkan vektor yang lebih lemah. Lebih dalam membedah gambar dengan menggunakan pisau bedah *representational meaning* sebenarnya

bertujuan untuk mengetahui siapa tokoh yang memiliki peranan lebih aktif dalam gambar tersebut (Utomo, 2020), maka dalam hal ini A adalah tokoh yang memainkan peran lebih aktif, dapat dilihat dari kotak dialog A dan B. Meskipun B di awal panel terlihat lebih aktif bertanya kepada A karena A merupakan tokoh yang lebih mengetahui sehingga lebih banyak mengambil porsi kotak dialog yang berisikan penjelasan informasi untuk tokoh B.

A dan B mewakili nilai maskulinitas yang berbeda, maskulinitas yang lebih banyak mengetahui dan maskulinitas yang tidak banyak mengetahui informasi. Meminjam konsep maskulinitas hegemonik yang berarti tidak melulu merujuk pada laki-laki kuat, hetero, berani dan beragam standar yang diidealkan lainnya, tetapi juga merujuk pada laki-laki yang memiliki kecerdasan dan ketangkasan (Ramadhanty, dkk, 2021). Seperti penjelasan Connel berikut; *“This is not to say that the most visible bearers of hegemonic masculinity are always the most powerful people. They may be exemplars, such as film actors, or even fantasy figures, such as film characters. Individual holders of institutional power or great wealth may be far from the hegemonic pattern in their personal lives”* (Connel, 1995). Maka laki-laki lain di luar dari maskulinitas hegemonik akan ditempatkan pada posisi maskulinitas subordinat karena memiliki ketidakmampuan untuk sama seperti standar yang diidealkan maskulinitas hegemonik.

Relasi maskulinitas hegemonik dengan maskulinitas subordinat atau maskulinitas marginal menunjukkan relasi yang tidak setara, ada kekuasaan maskulin terhadap kelompok yang ter subordinasi seperti kelompok laki-laki yang berperilaku feminin. Bisa dilihat dalam komik digital ini tokoh B digambarkan dengan baju berbentuk *v-neck* yang merupakan tanda umum yang lekat dengan femininitas. Apabila Kembali dalam penjelasan *representational meaning* yang juga ditandai dengan kehadiran benda-benda simbolik untuk mendefinisikan makna tertentu (Utomo, 2020), maka dapat dilihat pada panel 1, 3 dan 4 dengan kehadiran laptop dan *handphone* yang dimiliki tokoh A. Teknologi dalam hal ini seolah masih menjadi hak prerogatif laki-laki dengan nilai maskulinitas dominan. Apabila Tanda simbolik lainnya dapat dilihat pada panel 5 dari kehadiran grafik terkait kasus Covid-19. Grafik masih menjadi tanda maskulinitas dalam stereotip maskulinitas dan femininitas, dimana maskulin lekat dengan rasional sedangkan feminin lekat dengan emosional. Beberapa tanda simbolik ini menunjukkan ada kelompok yang dimarginalkan yaitu maskulinitas subordinat dan femininitas terkait dengan larangan mudik di tengah pandemi Covid-19 karena tidak memiliki informasi atau tidak diajak terlibat dalam hal ini.

Secara *interactive meaning*, ada tiga bagian dari pisau bedah *interactive meaning* untuk membedah gambar. Tiga bagian tersebut menurut Jewitt dan Oyama ialah *distance, contact and point of view* (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001). Menurut Jewitt dan Oyama (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001) *distance* menjelaskan bahwa *“Images can bring people, places and things close to the viewer or ‘keep them at arm’s length’”*. Hal ini kemudian dapat dilihat dari apa yang disebut Jewitt dan Oyama dengan *‘size of frame’ of shots*. Dalam komik ini, *‘size of frame’ of shots* yang terlihat ialah *medium shot* dan *long shot*. *Long shot* dapat dilihat pada *slide* 1 dan 2 pada gambar di bagian atas, sedangkan gambar dan *slide* lainnya dapat digolongkan *medium shot*. *Long shot* memperlihatkan objek (tokoh) secara penuh dari jauh dengan detail *background* yang masih dapat terlihat bahkan mendominasi, sedangkan *medium shot* memperlihatkan objek (tokoh) dari bagian atas pinggang hingga ujung kepala (Ibnu, 2021). *Long shot* pada komik ini memberikan informasi terkait *setting* tempat dari komik ini, sedangkan *medium shot* dapat memperlihatkan ekspresi dan gestur dari tokoh yang mana A dan B nampak serius dalam pembicaraan mereka. Kategori *medium shot* dalam komik ini juga bertujuan untuk menunjukkan hubungan yang dekat atau hubungan yang pribadi, seolah melihat A dan B sebagai orang-orang dengan dekat atau akrab dengan *viewer*.

Jewitt dan Oyama (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001) mengatakan *“Many pictures show people who, from inside the picture frame, look directly at the viewer. In this way they ‘make contact’ with the viewers, establish an (imaginary) relation with them”* untuk membuka penjelasannya mengenai *contact*. Sehingga apabila melihat *slide* ke-5 dimana tokoh Pak Jokowi digambarkan dengan melihat kearah *viewer* maka menurut Kress and van Leeuwen (1996) gambar tersebut menggambarkan permintaan karena secara simbolis menuntut sesuatu dari *viewer* (dalam van Leeuwen dan Jewitt,

2001). Apa yang diminta atau dituntut Pak Jokowi dalam hal ini ialah untuk mentaati larangan mudik di tengah pandemi Covid-19. Berbeda dengan *slide* 1-4, kedua tokoh A dan B tidak membangun kontak dengan *viewer*. Hal ini berarti A dan B tidak ‘menuntut’ *viewer*, mereka lebih ‘menawarkan’ sesuatu pada *viewer*, tentu yang ditawarkan dalam hal ini ialah informasi terkait bahayanya mudik ditengah pandemi Covid-19.

Menurut Kress and van Leeuwen (1996) dalam penjelasan Jewitt dan Oyama “*Point of view also creates a meaning potential*” (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001). Lebih lanjut dalam penjelasan Jewitt dan Oyama, *point of view* berkaitan dengan “*symbolic relations between image producers/viewers and the people, places or things in images*” (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001). Komik ini secara *point of view* dikategorikan *eye level angle* yang memaknai *equality* (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001). Komik ini mengajak untuk melihat bahwa kasus Covid-19 di Indonesia merupakan permasalahan bersama, tidak hanya pemerintah dalam hal ini, tetapi perlu juga peran penting masyarakat. Komik ini mengajak untuk melihat larangan mudik di tengah pandemik Covid-19 sebagai persoalan yang dekat dan akrab, yang membuat kita melihat dengan sejajar dan setara bahwa nyawa orang lain sama berharganya dengan nyawa kita, sehingga perlu menerapkan protokol kesehatan dan tidak mudik. Tokoh A dan B menawarkan untuk *care, conciliatory* dan di rumah saja, mengingat pandemi Covid-19 tak jarang “di rumah saja” sering terdengar, atau kemudian ada istilah *work from home*.

Yang menarik dalam hal ini ialah adanya maskulinitas yang cair, meminjam perspektif maskulinitas yang hibrid, dimana pandemi membuat nilai-nilai maskulin menjadi lebih cair, batas-batas stereotip gender semakin kabur, pembagian ruang kerja tidak lagi bisa dikatakan bahwa laki-laki bekerja di ruang publik sedangkan perempuan bekerja di ruang domestik, karena pada akhirnya pandemi membuat siapapun harus bekerja di rumah, sebagai simbolisasi ruang domestik. *Care* dan *conciliatory* yang lekat dengan nilai femininitas justru ditekankan, ditawarkan A dan B yang lekat dengan nilai maskulinitas. Merujuk pada konsep maskulin hibrid dan fleksibel oleh Scheibling dan Lafrance (2019) yang menjelaskan bahwa maskulinitas melakukan adaptasi sehingga lebih fleksibel dari nilai maskulin dominan (tradisional) yang terkesan kuat, aktif, berwibawa, keras, agresif, kompetitif, rasional, tidak sensitif dan emosi. Namun disisi lain, maskulini yang fleksibel ini bekerja untuk kembali mempertahankan nilai maskulin tradisional. Misalnya saja ketika di rumah saja, atau ketika ada larangan mudik, A dan B di bagian akhir komik justru bermain game dari *handphone*, kembali menunjukkan sifat kompetitif dan teknologi sebagai hak prerogatif maskulin. Meskipun di rumah saja A tetap dengan laptopnya bekerja tidak melakukan kegiatan domestik. Peduli dengan pandemi Covid-19, berdamai dengan kondisi, mendamaikan B dengan keinginan mudiknya untuk tetap mempertahankan nilai maskulinitas yang kuat di tengah pandemi, aktif dan agresif melakukan penanganan terkait penyebaran kasus dengan berbagi informasi dan rasional dengan berbicara berdasarkan data kasus tanpa ada pembelaan dari tokoh B menanggapi pernyataan tokoh A.

Pisau bedah terakhir ialah *compositional meaning* yang bertugas untuk melakukan analisis yang berkaitan dengan komposisi dari setiap moda dalam teks. Kress dan van Leeuwen (1996) menjelaskan 3 prinsip komposisi yakni *information value, salience* dan *framing*. *Information value* berkaitan dengan penempatan unsur-unsur komposisi, baik kiri-kanan, atas-bawah atau pinggiran-pusat (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001). Menurut Kress dan van Leeuwen “*salience ... berfungsi untuk membuat beberapa elemen terlihat lebih menarik*” (Utomo, 2020). *Framing* dalam penjelasan Kress dan van Leeuwen menjelaskan mengenai diskoneksi atau koneksi untuk setiap elemen visual, membangun batas dari bagian yang menjadi kesatuan dan bagian yang bukan menjadi kesatuan (Noviani, 2018). Ada 3 bagian dari pisau bedah *compositional meaning* yang dapat digunakan untuk membedah gambar.

Framing dalam komik tersebut dapat terlihat dari pemisahan karakter A dan B pada *slide* 1,2 dan 4 untuk gambar bagian bawah, yang mana tokoh A dan B dipisahkan dengan *white space*. Diskoneksi yang terbentuk dalam komik ini dapat dimaknai sebagai pemisahan pandangan tokoh A dan tokoh B terkait mudik di tengah pandemik Covid-19. Dapat dilihat dalam kotak dialog, tokoh A berusaha menjelaskan pandangannya untuk menyarankan tokoh B tidak melakukan mudik, yang mana

sebelumnya dapat diketahui dalam kotak dialog *slide* 1 tokoh B mempunyai keinginan untuk mudik “Duh bosan tahu, mau jalan-jalan bareng keluarga”. Dalam hal ini dapat dilihat ada diskoneksi, pemisahan karena pandangan terkait mudik di tengah pandemi Covid-19 antara tokoh A dan B, tidak hanya perbedaan pandangan tetapi juga perbedaan dari informasi yang didapatkan, tokoh A lebih banyak mengetahui informasi terkait Covid-19, sedangkan tokoh B tidak banyak mengetahui terkait informasi Covid-19. Di *slide* 2 dalam kotak dialog tokoh A berkata “Ya bukannya nakut-nakutin, kamu udah baca belum berita di India?”, perkataan ini direspons tokoh B yang berkata “Ada apa memangnya di India?”. Namun apabila dilihat lebih jauh, meskipun ada diskoneksi, akan tetapi perbedaan tersebut seolah-olah diikat sebagai kesatuan teks yang koheren (ikatan kohesi), yang mana oleh van Leeuwen (2005) disebut dengan *information linking* (dalam Noviani, 2018).

Information linking yang mengikat diskoneksi dari *framing* pada komik tersebut dapat diketahui dari dialog tokoh A dan B yang saling menyambung pembicaraan diantara mereka. Ikatan ini juga dapat dilihat dari visualisasi kotak dialog tokoh A dan B yang sama-sama mendobrak *framing* yang memisahkan. Kotak dialog A melewati *white space* hingga masuk dalam ruang tokoh B dan juga sebaliknya. Hal lain yang mengikat ialah dari *background* tokoh A dan B yang sama-sama berwarna *orange*. Apabila melihat secara keseluruhan, komik ini secara konsisten menempatkan tokoh A berada di sebelah kiri dan tokoh B berada di sebelah kanan, yang kemudian penempatan posisi ini disesuaikan dengan kotak dialog setiap tokoh, kotak dialog tokoh A berada di sebelah kanan dari kotak dialog tokoh B. Maka penempatan ini dalam *information value* menunjukkan struktur *given-new*, karena pembacaan teks dari kiri ke kanan (dalam van Leeuwen dan Jewitt, 2001). Tokoh A dan kotak dialognya yang berada di sebelah kiri didudukkan pada posisi *given*, sesuatu yang sudah ada dan sudah diketahui sebelumnya (Noviani, 2018). Sedangkan tokoh B dan kotak dialognya yang berada di sebelah kanan didudukkan pada posisi *new*, sesuatu yang baru yang berbeda dengan *given* (Noviani, 2018).

Tokoh A yang didudukkan sebagai *given* merupakan tokoh yang sudah diketahui secara umum atau lumrah. Tokoh A bisa dikatakan sebagai perwakilan dari pemerintah yang tidak pernah berhenti untuk menyampaikan beragam hal terkait kasus Covid-19. Informasi yang disampaikan A terkait bahaya dan penyebaran Covid-19 yang tinggi merupakan informasi yang umum yang mungkin sudah diketahui oleh sebagian masyarakat, termasuk larangan mudik karena dapat menyebabkan munculnya kasus baru Covid-19. Tokoh B yang didudukkan sebagai *new* merupakan perwakilan dari *viewer* (masyarakat Indonesia) yang masih kurang menyadari bahaya dan penyebaran Covid-19. B sebagai *new* mengajak *viewer* untuk memberikan perhatiannya pada B. *Viewer* (masyarakat) seolah diajak untuk menjadi seperti B, mengikuti respons B untuk tidak mudik karena bahaya yang dapat terjadi.

Namun di sisi lain, *salience* dalam komik ini dapat dilihat dari tokoh A yang menggunakan warna merah, sebagai warna panas, warna yang paling cepat untuk menarik perhatian. Tidak hanya dari warna merah, tetapi dalam panel 1,3,5 dan 6 bahkan menunjukkan tokoh A diletakkan di bagian atas dari tokoh B. Selain *viewer* (masyarakat) diajak untuk merespons seperti B, *viewer* juga diajak untuk belajar dari informasi yang disampaikan A. A dibuat menarik karena *viewer* diajak untuk mengetahui apa yang disampaikan A dalam kotak dialog, atau dengan kata lain seolah ingin mengatakan bahwa apa yang dikatakan A penting, sehingga *viewer* harus juga memperhatikan A. Apa yang ingin dikatakan A seolah terwakilkan dengan warna merah yang dikenakan A, menunjukkan bahwa hal yang disampaikan A penting.

Apabila kembali pada konsep keberagaman maskulinitas, ada maskulinitas hegemonik dan maskulinitas subordinat, maka pada panel 7 sebagai penutup komik tokoh A dan B, mereka terlihat kembali didudukkan setara dan sama-sama memegang *handphone*. Panel ini seolah ingin mengatakan bahwa ketika B bisa sejalan dengan pemikiran A maka B juga dapat menikmati *privilege* dengan memiliki kepemilikan teknologi sebagai bagian dari hak prerogatif maskulin. Gestur A dan B sama-sama condong ke depan seolah memberikan tanda terkait kesepakatan jika B tidak akan melakukan mudik seperti A. Kesepakatan bahwa mereka sepemikiran ditekankan pada bermain game bersama dan kalimat B yang mengatakan “*Wah bagus juga ide kamu*”. Hal menarik ialah bahwa ketika tokoh B mewakili maskulinitas subordinat kemudian sejalan dengan A yang mewakili maskulinitas

hegemonik maka dapat dilihat bagaimana A (pemerintah) berusaha mempertahankan konstruksi maskulinitas hegemonik dengan mengontrol B (masyarakat) dengan kekuasaannya dari pengetahuannya. Upaya ini dilakukan untuk menjaga dan memelihara eksistensi dari maskulinitas (Connell, 2005).

Sejalan dengan yang disampaikan Foucault bahwa pengetahuan adalah kekuasaan dan pengetahuan adalah apa yang dikumpulkan dan diputuskan benar oleh sebagian orang (dalam Fillingham, 1993). Dan lebih jauh apabila membahas terkait *power* maka ada pendisiplinan di dalamnya. Maka dalam hal ini pendisiplinan sebagai bentuk kontrol merupakan benang merah yang menghubungkan *slide* 1 – 4 dengan *slide* 5, masyarakat yang diwakilkan dengan tokoh B dikontrol oleh pengetahuan dari pemerintah yang diwakilkan oleh tokoh A. Pendisiplinan ini dapat dilihat dari gestur dan kalimat Bapak Presiden dan protokol kesehatan yang juga kembali diingatkan Bapak Presiden sebagai perwakilan pemerintahan. Komik digital ini secara keseluruhan ingin menciptakan kepercayaan dari apa yang diputuskan sebagai sebuah pengetahuan dan menduduki posisi sebagai yang paling berpengetahuan, sehingga lebih banyak mengetahui dari pada diri kita sendiri (Foucault dalam Fillingham, 1993). Maskulinitas hegemonik berusaha memapankan eksistensinya dengan mengontrol, mendisiplinkan maskulinitas yang lain dan femininitas untuk menjunjung nilai yang diidealkan maskulin hegemonik. Perlu diketahui pula bahwa hegemoni maskulin ini kemudian dilegitimasi oleh negara (Pratama, 2017). Dominasi hegemoni maskulin atas maskulinitas lainnya dalam penjelasan Connell (2005) dapat bersifat tenang dan implisit, tetapi juga bisa berapi-api dan penuh dengan kekerasan.

Pratama (2017) menyebutkan bahwa “Negara dan hegemoni maskulin selalu didefinisikan sebagai politik maskulinitas dan heteroseksual. Laki-laki mendominasi ranah politik negara dan mengendalikan aturan-aturan masyarakat dengan kekuasaannya. Hegemoni maskulin terbentuk secara budaya dan melegitimasi kekuasaan mereka atas hak-hak manusia di dalamnya”. Komik digital terkait larangan mudik yang di *post* @jokowi menunjukkan adanya hegemoni maskulin yang berkuasa atas maskulinitas yang lain dan femininitas. Bahkan perempuan dan femininitas bukan partner yang tepat untuk bekerja sama melakukan penanganan larangan mudik di tengah pandemi Covid-19. Perempuan dan femininitas menjadi tidak terlihat dan tidak terdengarkan, padahal apabila kembali merujuk pada tulisan Dati Fatimah (2021) berjudul “Miskin Waktu: Beban Ganda dan Wajah Gender Masa Pandemi”. Dati Fatimah menjelaskan terkait *care works* di masa pandemi yang memberikan beban pengasuhan dan perawatan yang timpang kepada perempuan, sehingga perlu untuk menata ulang pembagian kerja berbasis gender terkait *care works* di masa pandemi Covid-19. Lebih jauh melihat artikel yang dituliskan Ratna Noviani (2021) berjudul “Menggugat Kekerasan Berbasis Gender *Online* Di Masa Pandemi Covid-19: Refleksi Atas Aktivisme Feminis Digital Pada Media *Online* *Magdalene.co* & *Konde.co*” menjelaskan mengenai “Dalam konteks gender hadirnya ruang-ruang *online* yang bersifat interaktif dan partisipatif tidak hanya menawarkan ruang-ruang pemberdayaan perempuan tetapi juga memunculkan ruang baru bagi beragam kekerasan berbasis gender yang menargetkan perempuan” (Noviani, 2021).

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Maskulinitas yang lain, perempuan dan femininitas tidak hanya dimarginalkan terkait dengan pandemi Covid-19 di masyarakat, tetapi juga menjadi kelompok yang dimarginalkan dalam penyebaran informasi atau penanganan pandemi Covid-19. Komik digital ini nyatanya menunjukkan perbedaan gender yang kemudian memproduksi ketimpangan, marginalisasi, subordinasi, stereotipe dan beban ganda gender di tengah pandemi. Maskulinitas hegemonik dalam komik digital terkait larangan mudik di tengah pandemi Covid-19 tidak bisa lepas dari budaya patriarki yang menjadi perangkat untuk dominasi maskulin dan subordinasi maskulin yang lain, perempuan dan femininitas. Penanganan pandemi Covid-19 tidak melulu harus menampilkan maskulinitas hegemonik sebagai garda terdepan. Kembali pada Foucault ketika berbicara mengenai *power* maka ada yang namanya perlawanan. Tulisan ini dapat menjadi pintu pembuka untuk melakukan perlawanan terkait dominasi maskulinitas untuk penanganan pandemi Covid-19. Memunculkan komik digital atau media lainnya yang menunjukkan kehadiran perempuan dan femininitas dalam penanganan Covid-19. Penanganan pandemi Covid-19 merupakan tugas seluruh warga dunia terkhususnya Indonesia. Komik digital yang

berisikan larangan mudik di *feed* Instagram akun @jokowi menunjukkan relasi gender yang tidak setara dalam penanganan pandemi Covid-19. Atau dengan kata lain, pemerintah dalam penanganan pandemi Covid-19 terkait larangan mudik merupakan perpanjangan tangan dari hegemonik maskulinitas, seolah penanganan pandemi Covid-19 terkait larangan mudik merupakan tugas dari maskulinitas yang dominan sebagai garda terdepannya.

REFERENSI

- Badara, Aris. 2012. *Analisis Wacana : Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, pp. 50-58.
- Calista, Margaretha., Putri, Prisma dan Sudarmawan, Habib. (2021) “*Konstruksi Maskulinitas Yang Menghegemoni Dalam Film Captain Marvel*”, in Rahmawati, Arifah dan Udasmoro, Wening. (Ed.) *Antara Maskulinitas dan Femininitas (Perlawanan Terhadap Gender Order)*. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada, pp. 118-133.
- Connell, R.W. 1995. *Masculinities*. Sydney: Allen & Unwin.
- Connell, R.W. 2005. *Masculinities*. California: Australian Print Group.
- Darianus, O. (2019). *Hegemonic Masculinity: Wacana Relasi Gender dalam Tinjauan Psikologi Sosial*. *Psychopia*,1(1), 40.
- Fatimah, Dati. (2021) “*Miskin Waktu: Beban Ganda dan Wajah Gender Masa Pandemi*”, in Rahmawati, Arifah dan Udasmoro, Wening. (Ed.) *Kekerasan di Masa Pandemi*. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada, pp. 73-89.
- Fillingham, Lydia Alix. 1993. *Foucault untuk Pemula*. Widyamartaya, A (penerjemah). Yogyakarta: Kanisius. Terjemahan dari Foucault for Beginners.
- Handajani, Suzie. 2010. *Selling Alternative Masculinities: Representation of Masculinities in Indonesia Men’s Lifestyle Magazines*. The University of Western Australia Doctor of Philosophy Thesis as The University of Western Australia.
- Ibnu, Yusril. 2021. *Penjelasan Macam-Macam Framing Kamera Foto & Video*, (*Online*), (<https://www.portaldekave.com/artikel/penjelasan-macam-macam-framing-kamera-foto-video>). Diakses 20 Juli 2020).
- Jewitt, Carey dan Oyama, R. (2001). *Visual Meaning: a Social Semiotic Approach*. In C. J. van Leeuwen, Theo dan Jewitt (Ed.), *Handbook Of Visual Analysis* (pp. 134–156). SAGE Publications.
- Kress, Gunther. 2009. *What is Mode? Delam Carey Jewitt (ed), The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London dan New York: Routledge, hlm. 54-67.
- Kompas. 2021. *Manfaat Iklan Layanan Masyarakat dan Isinya*, (*Online*), (<https://www.kompas.com/skola/read/2020/06/19/131721069/manfaat-iklan-layanan-masyarakat-dan-isinya?page=all>). Diakses 20 Juli 2020).
- Noviani, Ratna. 2018. *Wacana Multimodal Menurut Gunther Kress Dan Theo Van Leeuwen*. In W. Udasmoro (Ed.), *Hamparan Wacana Dari Praktik Ideologi, Media Hingga Kritik Poskolonial* (pp. 107–133). Ombak.
- Noviani, Ratna. (2021) “*Menggugat Kekerasan Berbasis Gender Online Di Masa Pandemi Covid-19: Refleksi Atas Aktivisme Feminis Digital Pada Media Online Magdalene.co & Konde.co*”, in Rahmawati, Arifah dan Udasmoro, Wening. (Ed.) *Kekerasan di Masa Pandemi*. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada, pp. 3-25.
- Pratama, D. A. (2017). *Maskulinitas Dan Politik Gender Homoseksual Dalam Roman La Meilleure Part Des Hommes Karya Tristan Gracia*. In W. Udasmoro (Ed.), *Dari Doing ke Undoing Gender (Teori dan Praktik Dalam Kajian Feminisme)* (pp. 303-317). Gadjah Mada University Press.
- Purwandono, Agung. 2021. *Seorang Pasien yang 12 Jam Tidur di Samping Jenazah*, (*Online*), (<https://mojok.co/apw/liputan/susul/seorang-pasien-yang-12-jam-tidur-di-samping-jenazah/>). Diakses 20 Juli 2020).
- Rahmawati, Arifah dan Udasmoro, Wening. (Ed.). 2021. *Kekerasan di Masa Pandemi*. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada 2021.
- Ramadhanty, Riqqah. (2021) “*Maskulinitas dalam Cerpen Anak Perempuan Ayah Karya Yusrizal K. W*”, in Rahmawati, Arifah dan Udasmoro, Wening. (Ed.) *Antara Maskulinitas dan Femininitas*

- (Perlawanan Terhadap Gender Order). Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada, pp. 28-50.
- Udasmoro, Wening. (2021) “Bahasa Kekerasan dan Pilar-Pilar Kekuasaan Baru Masa Pandemi Covid-19”, in Rahmawati, Arifah dan Udasmoro, Wening. (Ed.) Kekerasan di Masa Pandemi. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada, pp. 26-49.
- Utami, Intan dan Ertanto, Dodi. 2020. Tradisi Ramadhan dan Lebaran di Tengah Covid 19. Dalam Jurnal An-Nizom, Vol. 5, no. 2 (Agustus, 2020).
- Utomo, Samuel dan Udasmoro, Wening. 2021. Queer Femininity Multimodal Discourse Analysis On Web Series Boundaries: Confining Or Freeing(?). Dalam Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Vol. 9, No. 1 (2021). Hal 23 – 35. E-ISSN 2723-2956 (*online*). DOI: <https://doi.org/10.46806/jkb.v9i1.681>.
- Utomo, Samuel. 2020. Analisis Wacana Queer pada Iklan Durex Versi Restoran Favorit Baru Hanya Untuknya: #SayangBeneran (?). Dalam Ilmu Komunikasi Calathu, Vol. 2, No. 2 (2020). Hal 103 – 114. E-ISSN 2656-8519 (*online*). DOI: <https://doi.org/10.37715/calathu.v2i2.1572>.
- Wandi, G. (2015). Rekonstruksi Maskulinitas: Menguak Peran Laki-Laki dalam Perjuangan Kesetaraan Gender. Kafaah: Journal of Gender Studies 5(2). 239-255.