

## REPRESENTASI PERLAWANAN STEREOTIP GENDER MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (ANALISIS WACANA KRITIS PADA INSTAGRAM @JOVIADHIGUNA)

Dwi Ayu Yulia Sari<sup>1</sup>, Farisha Sestri Musdalifah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya  
Korespondensi: Jalan Raya Palembang – Prabumulih KM. 32, Indralaya, Kab. Ogan Ilir, Sumatera Selatan

Surel: [farishasestrim@fisip.unsri.ac.id](mailto:farishasestrim@fisip.unsri.ac.id)

---

### INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 16/08/2021

Direvisi: 31/08/2021

Dipublikasi: 30/09/2021

---

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

---

Kata Kunci:  
Representasi,  
Stereotip Gender,  
Androgini,  
Media Sosial,  
Konten Instagram.

Keywords:  
Representation,  
Gender Stereotype,  
Androgyny,  
Social Media,  
Instagram Content

### ABSTRAK

**Representasi Perlawanan Stereotip Gender Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Wacana Kritis pada Instagram @Joviadhiguna).** Kelompok androgini adalah bagian dari kelompok minoritas yang masih dianggap menyimpang di Indonesia karena jenis kelamin seseorang diidentifikasi berdasarkan penampilan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana satu individu androgini, Jovi Adhiguna, mewakili perlawanannya terhadap stereotip gender melalui media sosialnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menerapkan *Critical Discourse Analysis* (CDA) dari S. Jager dan F. Maier dalam menganalisis konten di akun *Instagram* Jovi Adhiguna. Data tersebut diperoleh dari akun *Instagram* @joviadhiguna. Studi ini menggunakan teori representasi Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jovi memvisualisasikan gaya androgininya sekaligus menyatakan bentuk perlawanan terhadap stereotip gender berupa kritik yang disampaikan melalui konten *Instagram*.

### ABSTRACT

**Representation of Gender Stereotyping Resistance Through Instagram Social Media (Critical Discourse Analysis on Instagram @Joviadhiguna).** Androgynous groups are a minority group still considered deviant in Indonesia as a person's gender is identified based on appearance. The study was conducted to see how one androgynous individual, Jovi Adhiguna, represented his resistance to gender stereotypes through his Instagram. This qualitative study applies the critical discourse analysis from S. Jager and F. Maier in analyzing the content on @joviadhiguna Instagram account as the data. This study uses Stuart Hall's representation theory. The results showed that Jovi visualized his androgynous style and expressed a resistance form to gender stereotypes in criticism conveyed through Instagram content.

## **PENDAHULUAN**

Istilah gender dan seks masih sering disalahartikan. Seks membagi jenis kelamin manusia yang ditentukan secara biologis, yakni laki-laki dan perempuan sejak manusia lahir dan bersifat permanen. Di sisi lain, gender merujuk pada konstruksi sosial baik peran maupun perilaku sosial dalam masyarakat. Berkembangnya zaman mengakibatkan pergeseran peran gender yang diemban oleh laki-laki dan perempuan yang dikenal dengan konsep gender.

Fakih (2012) mengemukakan bahwa gender merupakan suatu karakter yang melekat, baik pada kaum laki-laki maupun perempuan, yang dibangun baik secara sosial maupun kultural. Hal ini melahirkan stereotip yang berbeda mengenai gender di wilayah tertentu. Stereotip yang berlaku pada gender memandang gender sebagai suatu konsep kultural yang digunakan untuk membedakan laki-laki dan perempuan mengenai posisi, perilaku, mentalitas, dan karakteristik emosional antara yang tumbuh dalam masyarakat (Rokhmansyah, 2016). Stereotip mengenai gender dapat bersifat positif atau negatif seperti halnya di Indonesia. Salah satu stereotip mengenai gender yang melekat di Indonesia adalah mengenai cara berpenampilan dan tingkah laku oleh laki-laki atau perempuan.

Secara umum, masyarakat Indonesia mengenal jenis gender maskulin dan feminin. Sebenarnya, berkembangnya ilmu pengetahuan melahirkan konsep baru mengenai gender, yakni feminin, maskulin, androgini dan *undifferentiated*. Androgini berarti laki-laki atau perempuan yang memiliki angka tinggi pada sifat maskulin ataupun feminin pada saat bersamaan. Sebaliknya *undifferentiated* berarti seseorang tidak menunjukkan adanya kecenderungan, baik dari sisi maskulinitas maupun feminin pada dirinya (Parashakti, 2015). Kedua konsep gender tersebut berlaku baik pada laki-laki maupun perempuan. Adanya konsep ini, stereotip gender masa lalu hendaknya tidak membatasi laki-laki ataupun perempuan dalam mengekspresikan dirinya dalam bidang apapun.

Fenomena androgini di Indonesia menuai berbagai kritik yang disebabkan oleh stereotip masyarakat Indonesia mengenai gaya berpenampilan laki-laki dan perempuan. Ada beberapa individu androgini di Indonesia, seperti Jovi Adhiguna. Jovi merupakan seorang *fashion stylist* yang juga aktif sebagai *content creator* di media sosial.



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)

Gambar 1. Jovi Adhiguna dengan Penampilan Perempuan

Sebagai androgini, Jovi tidak hanya tampil dengan penampilan perempuan, tetapi juga tampil dengan pakaian laki-laki atau tanpa *make up*.



Sumber: [youtube.com/watch?v=E9Rzxe7PQWw&t=5s](https://www.youtube.com/watch?v=E9Rzxe7PQWw&t=5s)

Gambar 2. Jovi Adhiguna dengan Penampilan Laki-Laki

Sebagai *content creator*, Jovi juga aktif di media sosial seperti *Instagram*, yang memungkinkan para penggunanya untuk berbagi foto dan video. Tujuan dari penggunaan media sosial ini pun beragam, seperti promosi, memberikan informasi, bisnis, atau sekadar untuk berbagi foto dan video. Tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap *Instagram* dibuktikan melalui hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2018. Hasil menunjukkan bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 17,8% di posisi kedua, setelah *Facebook* dengan persentase sebesar 50,7%.



Sumber: <https://apjii.or.id/survei2018>

Gambar 3. Media Sosial yang Paling Sering Dikunjungi

*Instagram* dimanfaatkan oleh Jovi sebagai media untuk melakukan pengungkapan diri (*self-disclosure*). Berbeda dengan individu androgini lain yang tidak mengakui identitasnya, Jovi justru mengklaim di dunia maya bahwa dirinya adalah androgini. Awal kemunculannya di media sosial, Jovi kerap mendapatkan komentar negatif sebagai bentuk penolakan masyarakat. Beberapa respons negatif yang diterima oleh Jovi Adhiguna melalui media sosialnya dapat dikategorikan ke dalam bentuk kekerasan simbolik yang melibatkan penggunaan kata-kata seperti "banci" dan "LGBT merajalela". Hal ini merupakan wujud diskriminasi pada kelompok minoritas di Indonesia, yang mana androgini merupakan kelompok minoritas yang dikelompokkan berdasarkan identitas gender dan orientasi seksual. Terlepas dari

penolakan tersebut, Jovi tetap mengunggah kegiatan kesehariannya melalui fitur-fitur yang disediakan oleh *Instagram*.

*Instagram* memungkinkan penggunanya untuk menciptakan konten sesuai minat masing-masing individu melalui *User Generated Content (UGC)*. *UGC* adalah konten yang dapat dilihat oleh pengguna lain, yang berisikan sejumlah kreativitas dan dibuat oleh orang-orang yang bukan merupakan profesional dalam hal tersebut (Moens, et al. dalam Alia, 2015). Jovi memanfaatkan keistimewaan ini untuk memperkenalkan androgini kepada masyarakat serta mengintegrasikan ketertarikannya di dunia fesyen dan pekerjaan. Konten yang diciptakan Jovi berorientasi pada tujuan positif dan memberikan inspirasi bagi orang-orang yang bergelut dengan dunia fesyen, serta edukasi toleransi kepada sesama. Jovi kemudian mendapat banyak apresiasi seperti penghargaan dalam ajang *Beauty Fest Asia 2017* kategori *Breakout Content Creator of the Year* dan *YouTube Creators for Change Global Ambassador 2018* dari Indonesia. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penelitian ini fokus pada pembahasan bagaimana Jovi Adhiguna sebagai seorang individu androgini yang berusaha merepresentasikan perlawanan stereotip gender di Indonesia.

Stuart Hall (2013) mengartikan representasi sebagai bagian penting dari proses dimana makna diproduksi dan dipertukarkan antara anggota budaya. Pada teori representasi, penggunaan bahasa ialah sebagai unsur yang dapat merepresentasikan suatu pemikiran. Representasi merupakan suatu proses produksi arti melalui sistem konsep dan tanda yang juga melibatkan analisis wacana kritis dari S Jager dan F. Maier.

Analisis wacana kritis akan digunakan untuk menganalisis foto yang diunggah dalam akun *Instagram* Jovi Adhiguna dengan analisis dispositif. Analisis wacana kritis tidak terbatas pada analisis mengenai praktik pemakaian bahasa saja, tetapi juga mengaitkan wacana dengan konteks yang lebih luas. Sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna wacana dibalik unggahan di akun *Instagram*

Jovi Adhi-guna. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana Jovi Adhiguna merepresentasikan perlawanan stereotip gender di Indonesia melalui akun *Instagram* @joviadhiguna?”

## **METODE**

Teori representasi Stuart Hall menjadi landasan dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan penggunaan bahasa dalam merepresentasikan suatu pemikiran. Teori ini terbagi ke dalam tiga pendekatan, yaitu *reflective approach*, *intentional approach*, dan *constructionist approach*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma *critical constructionism* dan menerapkan metode analisis wacana kritis dari S. Jager dan F. Maier. Penelitian dilakukan melalui tiga langkah dalam analisis dispositif (S. Jager & F. Maier, 2009, dalam Haryatmoko, 2019) yaitu praktik diskursif (praktik bahasa), praktik nondiskursif, dan materialisasi objek di dalam unggahan akun *Instagram* Jovi.

Analisis pertama adalah merekonstruksi pengetahuan dalam praktik bahasa yang dilakukan oleh Jovi. Dalam hal ini berupa narasi/*caption* pada foto yang diunggah ke *Instagram*. Penelitian dilakukan untuk mencari keterkaitan makna yang terdapat dalam bahasa yang digunakan. Analisis kedua adalah menemukan makna yang belum ditemukan melalui praktik bahasa. Analisis dilakukan dengan menggambarkan praktik nondiskursif atau tindakan yang ditunjukkan oleh Jovi Adhiguna melalui unggahan di *Instagram Stories*. Tahap ketiga analisis dispositif melihat bagaimana praktik nondiskursif, yaitu merepresentasikan objek yang dibangun atau materialisasi wacana.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Analisis Dispositif pada Unggahan di *Instagram* @joviadhiguna**

#### **a. Praktik Bahasa**

Beberapa foto yang diunggah Jovi disertai dengan keterangan yang berkaitan dengan makna perlawanannya sebagai androgini. Beberapa narasi ditujukan kepada

masyarakat Indonesia yang pada umumnya gemar menyampaikan komentar negatif, ujaran kebencian, dan *hoax* di media sosial. Salah satu narasi berbunyi "3 HARI INI GAK SENGAJA FOTO QIBAS TERUS, KEK NYA UDAH PERTANDA BUAT NGIBASIN ORANG JULIT SAMA NDABLEG WKWKWKWKWW." Narasi tersebut dalam bahasa Indonesia memiliki arti "Selama 3 hari ini, saya tidak sengaja berfoto dengan gaya mengibaskan rambut, sepertinya ini adalah pertanda agar saya menghadapi orang-orang yang suka dengki dan suka melanggar aturan." Secara tersirat, Jovi menyampaikan bahwa dirinya tidak merasa terintimidasi dan justru ingin menghadapi perlakuan dari pengguna media sosial tersebut.

Jovi juga menunjukkan foto yang terfokus pada bagian tubuh yang tampak seperti wanita dengan narasi "*Haters will say its fake.*" Hal ini berarti Jovi mengakui bahwa ia tidak pernah melakukan operasi untuk mengubah bentuk tubuhnya tersebut. Jovi juga melabeli pengguna media sosial yang berpikir bahwa Jovi melakukan operasi bagian tubuh sebagai seorang *hater*.

Beberapa narasi pada unggahan Jovi juga menitikberatkan kata "Seorang pria seperti wanita" di bagian narasi, salah satunya seperti "Seorang pria seperti wanita memperagakan busana di *Men's Fashion Week.*" Narasi bernada sama yakni "*America's Next Top Model is Opitaaaaaa*". Secara verbal, Jovi ingin mengatakan jika keberadaan androgini di Indonesia yang dipandang sebelah mata justru dapat sukses dalam meniti karier.

Narasi lain memberitakan kondisi hidup Jovi yang seolah memprihatinkan. Namun, fakta berbeda ditampilkan oleh Jovi melalui fotonya, Jovi yang tengah berlibur terlihat bahagia dengan senyuman bahagia di wajahnya. Narasi lainnya berbunyi "Masih ingat dengan pria seperti wanita yang viral kemarin, sekarang dia berpose syur saat liburan di Bangkok, foto ke-2 membuat geleng kepala." Senada dengan apa yang tertulis pada keterangan foto tersebut, Jovi bergaya layaknya seorang perempuan tanpa mengenakan pakaian di sebuah *bath up* dan terkesan vulgar.

Jovi juga mengatakan bahwa pria di foto tersebut mengenakan baju yang tidak pantas. Hal itu berbanding terbalik dengan apa yang diperlihatkan, Jovi mengenakan pakaian wanita yang pantas dan *fashionable* tanpa ada kesan senonoh. Narasi "Ingat pria seperti wanita yang hampir kesetrum gara-gara foto syur tadi? Sekarang dia pergi ke pasar mengenakan baju senonoh, cangcutnya bikin melongo," merupakan sedikit gambaran dari pelecehan verbal yang kerap diterima Jovi.

Sebagai seorang androgini, Jovi tidak melabeli apakah dirinya dapat disebut *Oppa* atau *Eonni*. Jovi menuliskan "Kak Jovi kalo Korea dipanggilnya *oppa* atau *eonnie*??? OPPEONIE." Ia memilih untuk dipanggil *Oppeonni* yang merupakan akronim dari *Oppa* dan *Eonni*. Salah satu narasi juga tertulis "Kaya ciwi ciwi trek-trekan mobil di Asia Afrika gak sih?". Melalui narasi ini, Jovi menyampaikan bahwa dirinya dapat dikategorikan dalam kelompok "ciwi-ciwi" atau perempuan.

Pada beberapa *caption*, tertulis "Saya sangat bangga terhadap Indonesia!" dan "INDONESIA-QU" yang mengisyaratkan kebanggaan Jovi terhadap Indonesia. Penambahan kata "ku" setelah "Indonesia" menunjukkan kepemilikan Jovi atas Indonesia. Narasi lain menggambarkan batik sebagai identitas Indonesia. Narasi "I AM INDONESIAN" diketik dengan huruf kapital sebagai penekanan bahwa ia adalah orang Indonesia.

Melalui beberapa unggahannya, Jovi memberi perlawanan yang disampaikan ialah pada praktik diskursif dengan menekankan narasi yang menunjukkan bagaimana perlakuan yang selama ini ia terima di Indonesia, seperti perundungan, penolakan, dan komentar negatif. Fakta bahwa Jovi membahas realita ini di media sosial menunjukkan kepeduliannya terhadap perlakuan tersebut. Bahkan, Jovi menyinggung bagaimana ia digambarkan di media dengan pemberitaan negatif.

Pemberitaan ini dapat menggiring pemikiran masyarakat untuk semakin percaya bahwa androgini melanggar norma dan tidak pantas. Pemberitaan media mengenai stereotip membentuk pemikiran sempit audiens terhadap hal yang menjadi fokus



bahasan. Makna tersirat dalam narasi tersebut adalah Jovi ingin menyampaikan rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai gender sehingga muncul stereotip bahwa androgini adalah bagian dari kelompok LGBT.

b. Praktik Nondiskursif

1) Fesyen Jovi sebagai Androgini



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)  
Gambar 4. Jovi Adhiguna x Pixy

Beberapa adegan dalam video singkat yang diunggah Jovi merupakan salah satu video *endorsement* produk kecantikan wanita, Pixy. Kisah androgini diungkapkan melalui video ketika ia berpenampilan layaknya wanita di ruang publik. Melalui video tersebut, Jovi mempunyai kebebasan untuk mengekspresikan arah fesyennya. Jovi mengatakan bahwa "*fashion knows no gender*" yang berarti bahwa gender apapun dapat menentukan fesyen dirinya sendiri tanpa ada batasan.

Video dikemas dengan bahasa promosi yang menarik dan representatif. Kata *glow getter* berarti bahwa Jovi saat ini tengah berusaha mencapai kebahagiaan dalam dirinya. Jovi juga mengajak para penonton video tersebut untuk percaya diri dan menjadi diri sendiri.

2) Liburan



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)

Gambar 5. Jovi Adhiguna saat Liburan

Melalui beberapa unggahan yang menunjukkan aktivitas Jovi saat berlibur, terlihat bahwa ia tidak selalu tampil khas dengan pose perempuan. Jovi menggambarkan sosok androgini yang tidak hanya terpaku pada satu penampilan. Ia terlihat nyaman dengan gaya berpakaian dan gaya berfotonya yang beragam. Jovi tidak terlihat mempunyai beban yang berarti terlepas dari fakta bahwa dirinya adalah salah satu kelompok minoritas di Indonesia.

3) Kehidupan Sosial



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)  
Gambar 6. Kehidupan Sosial Jovi Adhiguna

Beberapa foto yang diunggah melukiskan bagaimana kehidupannya sebagai androgini yang terjun dalam dunia hiburan. Ruang lingkup relasi sosial Jovi adalah kelompok *influencer, make up artist, fashion enthusiast, dan opinion leader* di media sosial. Keikutsertaan Jovi di dunia hiburan juga memperluas jaringan pertemanannya hingga ke kalangan artis, seperti Alike Islamadina dan Sivia Azizah.

Jovi juga menunjukkan aktivitasnya seperti pemotretan, menghadiri festival musik, *fashion show*, atau berlibur bersama kelompok pertemanannya yang dinamai *GC Gang*. *GC Gang* dalam narasi ini memberikan makna ambigu apakah kelompok tersebut terbentuk dikarenakan minat dan ketertarikan pada merek Gucci atau berarti *Gang Criminal* sehingga pertemanan tersebut tidak ada kaitan dengan fesyen sama sekali.

Kehadiran Jovi di acara-acara besar seperti *We the Fest, Pomelo Fall*, dan *Djakarta Ware House Project* menambah daftar aktivitasnya dalam dunia *fashion* yang dapat menguatkan posisinya sebagai *fashion stylist* dan *influencer* di Indonesia.

#### 4) Kehidupan Pribadi



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)

Gambar 7. Kehidupan Pribadi Jovi Adhiguna

Melalui akun *Instagramnya*, Jovi juga mengunggah foto-foto yang menunjukkan kehidupan pribadinya dan keluarga, serta orang-orang terdekat. Keluarganya terlihat memberi kebebasan penuh kepadanya untuk menjalani hidup sebagai seorang

androgini. Foto yang diunggah menunjukkan Jovi adalah orang yang membuat anggota keluarga tersebut dapat berkumpul dan meninggalkan aktivitas yang dilakukan. Foto tersebut menunjukkan bahwa ia dapat menjalankan peran gender feminin.

Pada teori feminisme liberal, Jhon Stuart dan Taylor Mill mengungkapkan jika peran gender laki-laki dan perempuan mempunyai potensi serta kemampuan yang sama dalam banyak hal (Tong, 2009).

#### 5) Ketertarikan



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)  
Gambar 8. Ketertarikan Jovi Adhiguna

Beberapa foto yang diunggah berkaitan dengan ketertarikan Jovi pada musik, putri Disney, film, artis, dan *Unicorn*. Ia mengagumi salah satu penyanyi wanita internasional, seperti Madonna, Kylie Jenner, dan Blackpink. Hal yang menonjol lainnya adalah ketika Jovi berdandan layaknya Putri Jasmine dan berpose seperti Putri Pocahontas. Kedua putri Disney ini mempunyai karakter dan sifat perlawanan sebagaimana Jovi juga melakukan hal serupa pada stereotip gender di Indonesia.

Kecintaan Jovi pada *Unicorn* juga diekspresikan melalui penampilannya. Jovi bertransformasi dengan dandanan seperti kartun tersebut, lengkap dengan ikat kepala sebagai ciri khas. Melalui *Unicorn*, Jovi membawa isu kelompok minoritas di Indonesia, yakni LGBT.

6) Bisnis



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)  
Gambar 9. Bisnis Jovi Adhiguna

Jovi melakukan dua kolaborasi bisnis, yakni Floret Cosmetic X Jovi. Ia juga menggunakan keahliannya sebagai *fashion stylist* saat mendesain sandal berkonsep “Liburan” ketika berkolaborasi dengan Zuma. Jovi menargetkan konsumen produk tersebut yang dapat dikategorikan *middle to upper class*. Sebagai negara berkembang, penduduk Indonesia dengan ekonomi menengah ke atas mampu membeli produk Floret dan Zuma. Pelanggan dari merek tersebut secara tidak langsung akan mengenalnya melalui produk khusus edisi dirinya.

Pada tahun yang sama, Jovi menulis sebuah buku dengan judul *Uncommon Way* yang mengisahkan perjalanan hidup dan kariernya. Buku tersebut memiliki sampul berwarna merah muda yang identik dengan gender feminin. Selain cerita mengenai keluarga, Jovi menuliskan bagaimana ia akhirnya menemukan dirinya sebagai androgini.

Kemudian, di awal 2020 ia memperluas bisnisnya ke bidang kuliner. Jovi meresmikan merek minumannya dengan nama Street Boba yang merupakan kerjasamanya bersama Ririn Ekawati. Bisnis minuman boba saat ini begitu disukai oleh masyarakat Indonesia. Selain minuman, Jovi juga merintis kedai bernama Gildak yang menjual jajanan khas Korea.

7) Endorsment



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)  
Gambar 10. Endorsment Jovi Adhiguna

Mayoritas produk yang diiklankan adalah produk kecantikan wanita. Terlepas dari fakta bahwa Jovi merupakan seorang androgini dan tertarik pada fesyen, ada motif lain yang dapat dibongkar dari hal tersebut.

Pada tahap praktik nondiskursif, Jovi menunjukkan kebebasannya beraktivitas sebagai androgini, baik dalam bisnis, karier, pekerjaan, relasi sosial, maupun hal pribadi. Perlawanan Jovi dalam hal ini adalah berusaha menjadi pengguna media sosial yang mampu membangun nilai keadilan dalam sistem sosial di Indonesia dengan tujuan memberikan keadilan terhadap kaum minoritas, yaitu dengan menampilkan kegiatan positifnya di *Instagram*. Jovi ingin menghapuskan imaji negatif seorang androgini.

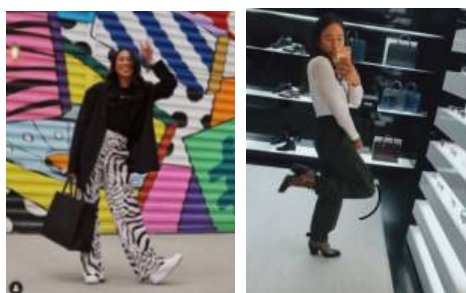
c. Materialisasi Objek



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)  
Gambar 11. Jovi Adhiguna Mematahkan Konsep Atribut Feminin dan Maskulin

Pada salah satu foto yang diunggah, Jovi tengah memegang sebuah rangkaian bunga dan boneka *Teddy Bear* berwarna merah muda dan foto disaat ia berdiri di sebuah ladang bunga. Materialisasi objek dalam kedua foto tersebut mematahkan stereotip mengenai atribut-atribut yang diarahkan pada konsep feminin dan maskulin.

Pada unggahan lainnya juga menggambarkan kebahagiaan Jovi yang tengah tersenyum di depan sebuah mural dengan warna dan corak yang beragam di *The Oculus at the World Trade Center*, stasiun kereta bawah tanah di New York, AS. Selain itu, cuplikan video yang dirilis melalui IGTV memperlihatkan aktivitas Jovi tengah berbelanja di sebuah toko. Materialisasi dalam film ini adalah barang-barang tersebut mencerminkan perlawanannya bahwa tidak ada yang salah dengan seorang pria yang berbelanja barang-barang wanita di ruang publik.



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)

Gambar 12. *Background The Oculus at the World Trade Center* Merepresentasikan Keberagaman

Ada pula foto ketika Jovi berpose di depan menara Eiffel berkaitan dengan keadaan Jovi sebagai androgini dengan profesi *fashion stylist*. Paris yang dikenal dengan sebutan "Kota Mode" sangat representatif melukiskan fesyen Jovi sebagai androgini.



Sumber: [instagram.com/joviadhiguna/](https://www.instagram.com/joviadhiguna/)

Gambar 13. Paris “Kota Mode” Melukiskan *Fashion*

### **1. Teoritisasi Bentuk Representasi Perlawanan**

Beberapa narasi dalam unggahan Jovi merupakan ungkapan sindiran atas realitas pengguna media sosial di Indonesia. Representasi yang dilakukan Jovi mencerminkan realitas aktivitas media sosial yang sebenarnya terjadi. Selain budaya dan norma yang berlaku, perkembangan peran gender di Indonesia juga dipengaruhi oleh media sosial sehingga hal ini menjadi isu sensitif yang kerap diperbincangkan.

Meluasnya komentar negatif, ujaran kebencian, dan *hoax* di media sosial berlandaskan kebebasan berpendapat di Indonesia sebagai negara yang demokratis. Konteks demokrasi virtual justru disalahgunakan oleh netizen di Indonesia dengan saling menyerang, melecehkan, atau bahkan melukai identitas seseorang (Syahputra, 2017). Tidak ada larangan untuk menyampaikan pendapat di media sosial, tetapi perlu ditekankan bahwa berekspresi dan berpendapat di media sosial tidak dapat dilakukan sebebaskan-bebasnya mengingat adanya peraturan dan undang-undang yang telah ditetapkan. Ujaran kebencian dapat dikatakan pembunuhan karakter seseorang. Membunuh karakter seseorang berarti merusak reputasi atau menghambat karier orang tersebut (Bungin, 2006).

Selain kasus perundungan, keberadaan Jovi sebagai kaum minoritas banyak menuai penolakan dari masyarakat. Melalui *Instagram Story*, Jovi menanggapi



tindakan penolakan masyarakat kepada dirinya dari beberapa daerah di Indonesia, salah satunya Balikpapan. Kejadian ini merupakan salah satu gambaran realita yang terjadi di kehidupan masyarakat, yakni kehadiran Jovi ditolak di beberapa daerah. Pemerintah, pemuka agama, dan tokoh masyarakat cenderung tidak menerima identitas gender androgini secara norma dan agama. Diberitakan oleh (Kaltim.tribunnews.com 7/10/2019) bahwa Ketua Gerakan Nasional Pengawal Fatwa dan salah satu anggota DPRD Partai Nasdem menolak kedatangan Jovi di acara *Euphoria: Before Fantasia* di Balikpapan (Kartono, 2019). Penolakan terhadap individu androgini dipicu karena adanya stereotip gender yang berlaku. Masyarakat mengaitkan pria yang menggunakan riasan wajah sebagai bagian dari kelompok LGBT.

Meskipun Indonesia tidak secara hukum menerima kaum minoritas seperti LGBT dan androgini, tetapi telah ada Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia Pasal 4 yang dapat dijadikan landasan. Melalui undang-undang tersebut, individu androgini juga mempunyai kebebasan untuk menjalankan hidupnya masing-masing, begitu halnya Jovi.

Realitas yang digambarkan Jovi melalui narasi dengan keterangan “tidak senonoh” serupa dengan apa yang terjadi di kehidupan nyata masyarakat. Namun, Jovi justru menampilkan sosok androgini dengan pakaian senonoh yang tengah berada di sebuah pasar di Bangkok. Thailand sendiri merupakan negara yang melegalkan eksistensi *ladyboy*. Melihat kondisi sosial di negara tersebut, tidak menutup kemungkinan bahwa tidak ada pengasingan terhadap kelompok androgini di negara gajah putih tersebut.

Selain Thailand, Jovi juga mengunjungi beberapa negara lainnya seperti Amerika. Salah satunya ditunjukkan melalui foto ketika Jovi berada di *The Oculus at the World Trade Center*. Materialisasi dalam hal ini adalah mural dengan keberagaman warna dan corak mural yang merepresentasikan bentuk keberagaman sosial dan budaya yang ada di Amerika yang menjunjung hak setiap individu dan tidak terbatas pada

SOGIEB (*Sexual Orientation, Gender Identity, Expression & Bodies*).

Latar gradasi warna-warni juga ditampilkan Jovi dalam fotonya. Gradasi warna tersebut sekilas menggambarkan sosok kartun *Unicorn* yang sering diasosiasikan sebagai lambang LGBT karena warna rambutnya yang menyerupai pelangi. Kaum LGBT sendiri saat ini telah secara terang-terangan melakukan unjuk rasa. Secara tidak langsung, Jovi juga ingin melakukan hal yang sama, yakni perlawanan atas stereotip gender di Indonesia melalui media sosial.

Bentuk perlawanan lain yang disampaikannya ialah melalui karakter Putri Disney. Jovi menunjukkan bahwa ia seolah bertindak sebagai putri Jasmine dan Pocahontas dengan berusaha menentang stereotip gender di Indonesia. Namun, dibalik perlawanan yang dilakukannya, Jovi tetap menunjukkan sifat ramah dan bersahabat kepada semua pengguna media sosial. Beberapa foto juga menunjukkan bahwa ia mempunyai rasa nasionalisme yang juga tinggi layaknya sosok Pocahontas.

Jovi juga mempunyai keluarga yang selalu mendukung dan menerima keadaannya. Melalui sebuah video yang diunggah di saluran *You-Tube* VICE Asia berjudul *Jovi Adhiguna's Guide to Looking Fabulous and Being Real*, Jovi mengatakan bahwa keluarganya selalu mendukungnya untuk menjadi dirinya sendiri. Keluarganya pun menjunjung toleransi dan pluralisme agama, budaya, dan ras. Isu yang diangkat adalah di saat sebagian besar masyarakat mengasingkan androgini, keluarganya justru menerima berbagai perbedaan.

Sebagai seorang *fashion stylist*, pekerjaan Jovi tentu berkaitan dengan dunia kecantikan. Semua foto *endorsement* yang ditampilkan di akun *Instagram*-nya terlihat begitu estetik dengan teknik pengambilan gambar yang profesional. Foto dan video tersebut merupakan salah satu cara eksekusi representasi yang dilakukannya (Eriyanto, 2005). Banyaknya *endorsement* membuktikan bahwa Jovi mampu untuk meningkatkan minat masyarakat untuk membeli produk tersebut.

Kemudian, terpilihnya Jovi sebagai *Brand Ambassador* (BA) berkaitan erat dengan

ideologi kapitalisme. Menampilkan Jovi sebagai BA atau sekadar mengiklankan produk kecantikan wanita merupakan suatu strategi pemasaran. Tujuannya ialah untuk meraup keuntungan dengan memanfaatkan eksistensinya yang menuai pro dan kontra di kalangan masyarakat. Walaupun Jovi tidak sepenuhnya diterima oleh masyarakat, banyak pengguna media sosial yang sekadar mampir ke akun *Instagram*-nya hanya untuk mencari tahu identitasnya. Kerja sama ini memberikan keuntungan bagi kedua pihak. Jovi mendapat atensi dari masyarakat, sedangkan perusahaan mendapat keuntungan dari keadaan kontroversialnya.

Jovi mengungkapkan pendapatnya sebagai individu androgini melalui berbagai unggahannya di *Instagram*. Ia juga menunjukkan posisinya sebagai *fashion stylist* yang cukup berpengaruh, terlepas dari pengasingan yang diterimanya. Selain menjadi wadah baginya dalam berkreasi dengan gaya androgininya, Jovi menggunakan *Instagram* sebagai media untuk menyampaikan bentuk perlawanannya, secara perlahan juga mengubah sikap dan pemikiran masyarakat mengenai androgini.

McLuhan mengatakan *medium is the message* (West & Turner, 2008). Hal yang perlu ditekankan adalah bukan pesan yang disampaikan, tetapi media yang dapat mengubah tindakan masyarakat. Unggahan Jovi di *Instagram* memperlihatkan bagaimana besarnya pengaruh media sosial dalam tatanan sosial masyarakat. Sebab itu, Jovi selalu mengunggah hal-hal yang tidak melanggar norma di akun media sosialnya, utamanya di *Instagram*.

*Instagram* memiliki peran penting dalam mengubah kondisi masyarakat Indonesia dalam hal stereotip gender. Media merupakan pesan, karena media menciptakan dan mengatur skala serta tatanan hubungan dan tindakan manusia (Mulyana & Rakhmat, 2010). Setelah Jovi mengekspresikan jati dirinya dan memberi informasi terkait androgini melalui *Instagram*, para pengikutnya justru beralih mendukung Jovi untuk menjadi dirinya sendiri. Tidak sedikit yang memuji Jovi karena keberaniannya menunjukkan jati dirinya dan dapat bebas mengekspresikan selera fesyennya tanpa dibatasi oleh gender.

## **SIMPULAN**

Bentuk perlawanan yang dilakukan Jovi berupa kritik diekspresikan melalui narasi dan konten di *Instagram*. Melalui narasi yang disampaikan, Jovi mempersoalkan realitas kelompok androgini yang mendapat diskriminasi seperti komentar negatif dan ujaran kebencian. Jovi menanggapi secara bijak dengan meyakini bahwa masyarakat Indonesia belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai konsep androgini.

Melalui unggahannya, Jovi berusaha membangun identitas sebagai androgini dengan menjadi *fashion stylist*. Beberapa unggahan saat berlibur mengindikasikan kebebasan berekspresi dirinya sebagai androgini di beberapa negara di dunia yang memegang stereotip gender yang berbanding terbalik dengan Indonesia.

Manifestasi perlawanan Jovi disampaikan melalui beberapa foto berlatar representatif dengan kondisi dirinya, seperti androgini, fesyen, dan gender. Melalui *Instagram*, Jovi perlahan mengubah sikap dan pemikiran masyarakat mengenai androgini. Penerimaan ditunjukkan melalui dukungan dan pujian atas keberanian Jovi menjadi dirinya sendiri dan mengekspresikan penampilannya sebagai androgini

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih komprehensif mengenai pembahasan perspektif pengikut Jovi di media sosial, serta sikap penerimaan masyarakat terkait representasi perlawanan yang dilakukan Jovi di media sosial.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Alia, L. (2015). *User Generated Stereotype: Analisis Representasi Budaya Indonesia dalam Seri Youtube "How to Act Indonesian"*. Makalah Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Indonesia.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursi Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.

- Eriyanto. (2005). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Fakih, M. (2012). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hall, S. (2013). *The Work of Representation "Representation: Cultural Representation and Signifying Practices"*. SAGE Publications Ltd.
- Haryatmoko. (2019). *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan, Teori, Metodologi, dan Penerapan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kartono, J. P. (2019). Warga Menolak Beauty Vlogger Jovi Adhiguna di Kota Balikpapan, Begini Respon GNPf Balikpapan. *Tribunkaltim.Co*. <https://kaltim.tribunnews.com/2019/10/07/warga-menolak-beauty-vlogger-jovi-adhiguna-di-kota-balikpapan-begini-respon-gnpf-balikpapan?page=all>.
- Mulyana, D., & Rakhmat, J. (2010). *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Parashakti, R. D. (2015). Perbedaan Gaya Kepemimpinan dalam Perspektif Maskulin dan Feminin. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Mercu Buana*, 1(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22441/jimb.v1i1.565>
- Rokhmansyah, A. (2016). *Pengantar Gender dan Feminisme: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminis*. Sleman: Garudhawaca.
- Syahputra, I. (2017). Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial Perspektif Netizen Indonesia. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 457–475. <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/141/122>
- Tong, R. (2009). *Feminist Thought "A More Comprehensive Introduction."* USA: Westview Press.
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi* (3<sup>rd</sup> ed.). Jakarta: Salemba Humanika.