

JURNAL KOMUNIKASI **ACTA DIURNA**

VOL. 12 NO. 1, APRIL 2016

ISSN : 1412 6443

NEGOSIASI IDENTITAS PEREMPUAN DI SMARTPHONE

Mite Setiansah

**REPRESENTASI IDENTITAS SEKSUAL GAY PADA INSTAGRAM
(Studi Kasus Account Instagram)**

Rama Kertamukti

**FENOMENA BABYSTAGRAM DI KALANGAN SELEBRITI INDONESIA
(Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Foto pada Akun Babystagram)
BABYSTAGRAM PHENOMENON AMONG INDONESIA CELEBRITIES
(Semiotic Analyze on Photographs at Babystagram Account)**

Lidya Novitasari Saragi Turnip, Roro Retno Wulan, Ruth Mei Ulina Malau

**PELAKSANAAN KEGIATAN PROGRAM HIJAUNESIA OLEH PT INDONESIA POWER
DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN**

Addiena Fachrunnisa Azmir, Hanny Hafiar, Priyo Subekti

**HUMAS PEMERINTAH & DIGITAL PUBLIC RELATIONS (PR)
(Studi Kasus Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Tagline
"Jogja Istimewa")**

Adhianty Nurjanah dan Frizki Yulianti Nurnisya

**STRATEGI PEMBERDAYAAN SDM TELEVISI LOKAL SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN KUALITAS PROGRAM SIARAN BIDANG KESEHATAN DAN
LINGKUNGAN DI JAWA BARAT**

Feliza Zubair, Evi Novianti dan Trie Damayanti

KEMISKINAN DAN PEMBANGUNAN PEDESAAN

Shinta Prastyanti



Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jenderal Soedirman

DAFTAR ISI

Topik Utama

- 1 Negosiasi Identitas Perempuan di *Smartphone*
Mite Setiansah
- 19 Representasi Identitas Seksual Gay pada Instagram (Studi Kasus Account Instagram)
Rama Kertamukti
- 40 Fenomena Babystagram di Kalangan Selebriti Indonesia
(Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Foto pada akun *Babystagram*)
Babystagram Phenomenon Among Indonesia Celebrities
(*Semiotic Analyze on Photographs at Babystagram Account*)
Lidya Novitasari Saragi Turnip, Roro Retno Wulan, Ruth Mei Ulina Malau
- 62 Pelaksanaan Kegiatan Program Hijaunesia oleh PT Indonesia Power dalam
meningkatkan Citra Perusahaan
Addiena Fachrunnisa Azmir, Hanny Hafiar, Priyo Subekti
- 87 Humas Pemerintah & Digital Public Relations (PR)
(Studi Kasus Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Mensosialisasikan Tagline
"Jogja Istimewa")
Adhianty Nurjanah dan Frizki Yulianti Nurnisya
- 109 Strategi Pemberdayaan SDM Televisi Lokal sebagai Upaya Peningkatan Kualitas
Program Siaran Bidang Kesehatan dan Lingkungan di Jawa Barat
Feliza Zubair, Evi Novianti dan Trie Damayanti
- 123 Kemiskinan dan Pembangunan Pedesaan
Shinta Prastyanti

REPRESENTASI IDENTITAS SEKSUAL GAY PADA INSTAGRAM (STUDI KASUS ACCOUNT INSTAGRAM)

Rama Kertamukti

Dosen Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: ramakerta@yahoo.com

ABSTRACT

Debate against homosexuals both gay and lesbi to generate negative attitude of a social environment. However negative attitude by the society to be more strength against gay than of lesbian. This is because the existence of gay more been observed and it looks in daily life so that the community increasingly be negative in hopes that they lost from social life. The emergence of another instagram bring revolution content social media centered on visual message (a photograph) providing access for photography that can be earned is with cheap and without specific skills. Take, edit, and share be movement that simple in replicate an event, and divided to the friends by instagram users. So that the subject of study showing identity sexuality which is gay in instagram freely when in activities real (sociable), personal subject very invisible sexual activity that reflects the subject of a gay. So, how representation identity sexual gay that is featured in social media instagram. This report is written with see real reality two activity instagram users which in uses the media a new social media to show identity that they were gay.

Keywords: Instagram, representation, gay

PENDAHULUAN

Fenomena revolusi industri dan perkembangan teknologi yang bergerak sebagai subjek kehidupan, mengalih fungsikan pikiran manusia ke dalam pikiran mesin. Fromm dalam *The Revolution of Hope* (Rais, 1979:112), menyatakan teknologi yang menghasilkan media siber pada penghujung abad ke-20 dan awal ke-21 mampu mendominasi berbagai aktivitas yang multidimensional. Fromm menjelaskan revolusi industri dan perkembangan teknologi secara hierarkis telah melampaui dua tahap.

Tahap pertama ditandai dengan digantikannya energi semua makhluk hidup oleh energi mekanis (uap, minyak, listrik dan atom) yang mana pengaruh sumber-sumber energi mekanis baru ini menjadi awal dari sebuah perubahan radikal yang fundamental dalam proses produksi. Kemudian, tahap kedua tidak hanya beralih fungsi dari *living energy* menuju *mechanical energy* tetapi juga digantikan *human thought* oleh *the thinking of machines*. Manusia yang pada dasarnya telah melakukan tindakan komunikasi semenjak kelahirannya menjadi terfasilitasi dengan perkembangan

Berbagai media baru bermunculan ekses berkembangnya teknologi komunikasi. Media baru ini memberikan khalayak memiliki otoritas dalam membangun teks serta memanfaatkan medium. Media baru juga memberikan keleluasaan khalayak untuk mentransformasikan dirinya untuk memanfaatkan khalayak. Jika membandingkan dengan media tradisional sebagai produsen informasi dan berita maka kemunculan media alternatif dalam mendistribusikan tidak hanya sebagai penanda bagaimana teknologi mentransformasikan pola konsumsi informasi dari media tradisional ke media baru, melainkan juga bagaimana internet mempengaruhi mekanisme produksi, penyebaran, pertukaran nilai dan konsumsi informasi yang selama ini terpusat pada media tradisional. Komunikasi terjadi tidak lagi memakai pola dan sumber yang satu menyebar ke banyak (*broadcast*), berpusat, khalayak bersifat pasif dan penerima berada dalam posisi terisolasi (Levy, 2001:223). Melainkan lebih dinamis, tidak tersentral, sampai pada melibatkan khalayak.

Dalam perspektif *cyberculture*, internet merupakan ruang dimana kultur yang terjadi itu diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Bagi Castells (1997) media baru memberikan hubungan yang berbeda dan

pemaknaan yang berbeda kepada khalayak. Media memberikan ruang simbolik, lebih unik nya posisi entitas atau khalayak tidak lagi terpisah menjadi konsumen atau menjadi produsen. Di internet khalayak bisa menjadi keduanya, sebagai konsumen *cum produsen* atau *prosumer* (Cesareo, 2011: 403). Seperti halnya Instagram sebagai media baru didalam perkembangan teknologi, Instagram adalah media sosial yang menghubungkan antar pengguna, mempunyai sifat *user content generated* di internet, khalayak dapat memproduksi konten media dan sekaligus mendistribusikan serta menjadi konsumen dari konten tersebut (Hesmondhalgh, 2010). Kemunculan *Instagram* membawa revolusi konten media sosial yang berpusat pada pesan visual (foto) memberikan akses bagi fotografi yang dapat diraih dengan mudah dan tanpa keterampilan khusus. *Take, edit, dan share* menjadi gerakan yang begitu sederhana dalam mereplikasi suatu peristiwa, dan dibagi ke para teman-teman khalayak pengguna instagram.

Instagram menggabungkan langkah-langkah tersebut ke dalam satu saat sebagai alur kerja tunggal yang mengutamakan penerbitan instan dengan lebih menekankan sifat *mobile*. Berbeda dengan fotografi tradisional yang berujung pada album foto. Sebab itu, hasilnya cenderung vulgar dengan

efek popularisasinya. Praktik fotografi menjadi semakin mudah dan tidak situasional, fotografi bukan lagi hadir dalam acara perkawinan, liburan keluarga, atau pemotretan busana. Fotografi menjadi begitu dekat, semakin mudah dan instan, menemani individu setiap hari pada saat aplikasi *Instagram* berada dalam telepon genggam. Ia menjadi praktik budaya yang melekat dalam keseharian individu, sehingga kegiatan memotret menjadi hal biasa.

Padahal Bourdieu mengungkap dalam karyanya *Photography: A Middle-Brow Art* (1965) menempatkan fotografi sebagai seni arbitrer dalam arena produksi kultural dan menjadi manifestasi relasi kelas melalui kompetisi atas perjuangan status sosial. Arena produksi kultural secara sederhana menjadi arena pertarungan yang semakin kehilangan esensi estetika pada konten budaya dan merubah bentuk praktik konsumsinya pada komoditas dan status. Bourdieu menggunakan istilah budaya arbitrer sebagai kritik terhadap budaya populer. Kritik tersebut menggambarkan objektivasi konten budaya dalam bentuk komodifikasi praktik budaya dan relasinya (Bourdieu, 1993:186-187). Karya Bourdieu *Photography: A Middle-brow Art* (1965) pada saat diterbitkan belum ada platform media sosial yang berbasis *photo-sharing*. Melalui media sosial Instagram,

khalayak pengguna atau secara khusus individu pengguna menunjukkan atau menampilkan diri kepada orang lain. Individu menjadikan media sosial sebagai media presentasi diri (Rachmah, 2012). Instagram memfasilitasi para khalayaknya bebas berkreasi dalam mempresentasikan diri atau menampilkan dirinya, memberikan kontribusi penampakan individu mempunyai dunia lain di luar dunia nyata. Foto-foto yang dihadirkan dalam instagram dapat diartikan perwakilan atas sesuatu, dan dianggap dapat mewakili citra-identitas dari pemilik *account* di instagram.

Ada *account* dari pengguna instagram yang dapat menjadi kajian penting untuk diteliti oleh peneliti yang subjeknya mempunyai perbedaan antara perilaku nyata dengan dunia maya Instagram. Subjek menampilkan identitas seksualitasnya yang gay di Instagram dengan leluasa padahal dalam kegiatan nyata (bersosialisasi), pribadi subjek sangat tidak terlihat aktivitas seksualnya yang mencerminkan subjek seorang gay. Anggapan peneliti ini didasarkan pada perilaku diskursus *offline* yang mengelilingi subjek yang akan diteliti yang mempengaruhi cara bagaimana subjek menggambarkan identitas seksualnya yang tampak dalam kehidupan *offline* dan foto-gambar di instagram, manusia adalah aktor

politis dan spiritual (Hall, 1997: 15). Budaya menurut Hall, meliputi organisasi produksi, struktur keluarga, struktur lembaga yang mengekspresikan hubungan sosial, dan bentuk komunikasi anggota masyarakat.

Menurut Stuart Hall (1997: 24), ada tiga pendekatan representasi: Pendekatan Reflektif, bahwa makna diproduksi oleh manusia melalui ide, media objek dan pengalaman-pengalaman di dalam masyarakat secara nyata. Pendekatan Intensional, bahwa penutur bahasa baik lisan maupun tulisan yang memberikan makna unik pada setiap hasil karyanya. Bahasa adalah media yang digunakan oleh penutur dalam mengkomunikasikan makna dalam setiap hal-hal yang berlaku khusus yang disebut unik. Pendekatan Konstruksionis, bahwa pembicara dan penulis, memilih dan menetapkan makna dalam pesan atau karya (benda-benda) yang dibuatnya. Tetapi, bukan dunia material (benda-benda) hasil karya seni dan sebagainya yang meninggalkan makna tetapi manusialah yang meletakkan makna. Representasi bekerja pada hubungan tanda dan makna.

Konsep representasi sendiri bisa berubah-ubah, selalu ada pemaknaan baru. Representasi berubah-ubah akibat makna yang juga berubah-ubah. Setiap waktu terjadi proses negoisasi dalam pemaknaan. Jadi representasi

bukanlah suatu kegiatan atau proses statis tapi merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan kemampuan intelektual dan kebutuhan para pengguna tanda yaitu manusia sendiri yang juga terus bergerak dan berubah. Representasi merupakan suatu proses usaha konstruksi. Karena pandangan-pandangan baru yang menghasilkan pemaknaan baru, juga merupakan hasil pertumbuhan konstruksi pemikiran manusia, melalui representasi makna diproduksi dan dikonstruksi. Ini menjadi proses penandaan, praktik yang membuat suatu hal bermakna sesuatu. Bahkan Guy Debord (1967) dalam bukunya "*The Society of The Spectacle*" menulis bahwa dalam masyarakat-masyarakat yang didominasi oleh kondisi-kondisi produksi modern, hidup ditampilkan sebagai akumulasi *spectacle-spectacle* yang sangat luas. Segala sesuatu yang sebelumnya secara langsung dihidupi, telah disusutkan ke dalam sebuah representasi. *Spectacle* bukanlah kumpulan dari imaji-imaji, tapi merupakan relasi sosial antar manusia yang dimediasi oleh imaji-imaji. *Spectacle* tak dapat dipahami sebagai penipuan visual belaka yang diproduksi oleh teknologi-teknologi media massa. Namun merupakan sebuah pandangan dunia yang telah termaterialkan, suatu pandangan akan dunia yang telah menjadi objektif. Teknologi instagram yang akan diteliti juga

menghadirkan fasilitas untuk membangun imaji tersendiri tersendiri.

Kebudayaan dan *Signifying Practices*

Budaya merupakan makna bersama, Raymond Williams (1981: 64) berpendapat bahwa kebudayaan dapat dipahami melalui representasi dan praktik kehidupan sehari-hari, yang meliputi analisis atas semua bentuk signifikasi yang berasal dari pengalaman yang dihidupi, yaitu teks, praktik dan makna. Bahkan lanjutnya, budaya sebagai suatu jalan hidup spesifik yang dianut baik oleh orang, periode maupun oleh sebuah kelompok tertentu dalam masyarakat. Sebagai sebuah deskripsi dari sebuah jalan hidup particular, yang mengepresikan makna-makna dan nilai-nilai tertentu bukan hanya seni dan proses belajar, melainkan juga pada institusi-institusi dan perilaku sehari-hari (Budiman, 2006:104) Makna dan praktek tersebut tidak muncul dari arena tersendiri, melainkan secara kolektif. Hall (1997: 2) pun melihat budaya sebagai sistem makna bersama. Ia berpendapat bahwa budaya sebagai sebuah proses, sekumpulan tindakan untuk melakukan produksi dan pertukaran makna, "*the giving and taking of meaning*", antar individu di masyarakat atau kelompok. Proses inilah yang memberikan arti kepada orang, benda, dan peristiwa. Hall (1997: 3), memberikan gambaran bahwa *'It is*

by our use of things, and what we say, think and feel about them ... that we give them meaning'. Sebuah benda itu sendiri, pada dasarnya memiliki arti yang pasti dan tidak berubah sebagai benda. Proses budaya terjadi ketika benda tersebut digunakan, dikatakan, dipikirkan dan rasakan tentang benda itu, yang kemudian memberikan benda itu makna.

Lebih lanjut, Hall, (1997:2) menyatakan bahwa pemaknaan merupakan konstruksi sosial. Makna dari teks budaya atau budaya materi di artikulaskan melalui proses lima elemen dalam proses budaya yaitu produksi (*production*), konsumsi (*consumption*), regulasi (*regulation*), identitas (*identity*), dan representasi (*representation*), hal ini disebutnya sebagai *circuit of culture*. Teori ini menjelaskan bahwa produksi makna tidak terjadi hanya pada salah satu momen saja, melainkan dari kombinasi antar momen-momen yang lain. Antara momen yang satu dengan yang lain saling berdekatan dan hampir tumpang tindih dalam proses budaya. Dalam arti, momen-momen dalam proses tersebut membentuk makna secara bersamaan, tidak memiliki pola yang pasti dan akan terus berubah, dan hanya dapat ditangkap dalam kurun waktu dan konteks tertentu. Bahkan dalam konsep *encoding-decoding*, Stuart Hall mengemukakan bahwa makna tidak pernah

pasti. Jika orang bisa memastikan representasi, maka tidak akan ada pertukaran sehingga tidak ada strategi-strategi yang mengkonter atau interpretasi-intepretasi yang berbeda.

Bahwa makna dari teks terletak antara si pembuat teks dengan khalayaknya. (dalam Durham, 2006: 164). Pemaknaan pesan bergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman hidup khalayak itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa makna dalam sebuah teks tidak melekat pada teks, tetapi dibentuk pada hubungan antara teks dan pembaca. Dalam proses *encoding* dan *decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall ini, berlangsung lebih kompleks. Khalayak tidak hanya menerima pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan (pengirim-pesan-penerima), tetapi juga bisa mereproduksi pesan yang disampaikan (produksi, sirkulasi, distribusi atau konsumsi-reproduksi). Sedangkan Raymond Williams mendefinisikan budaya juga sebagai praktik-praktik penandaan (*signifying practices*).

Identitas di Media Baru (Internet)

Dalam buku *The Presentation of Self Everyday Life* (1959), di bab *Communication Out of Character* Erving Goffmann mengungkapkan bahwa tiap individu pada kenyataannya melakukan kontruksi atas diri mereka dengan cara menampilkan diri (*self*

performance). Penampilan diri ini dibentuk atas dasar untuk memenuhi keinginan khalayak atau lingkungan sosial, bukan berasal dari diri dan bukan pula diciptakan oleh individu. Sehingga identitas yang muncul yakni penggambaran apa yang sebenarnya menjadi keinginan dan guna memenuhi kebutuhan pengakuan sosial meski dalam banyak hal ekspektasi yang datang dari lingkungan sosial atau *established sosial role* seringkali berlawanan dengan kehendak pribadi. Bahkan menyatakan bahwa individu, disebut aktor, mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Presentasi diri atau sering juga disebut manajemen impresi (*impression management*) merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Presentasi diri yang dilakukan ini bisa dilakukan oleh individu atau bisa juga dilakukan oleh kelompok atau individu (Boyer, dkk, 2006:4).

Mathew Smith menyatakan bahwa identitas merupakan kontruksi kompleks bagi diri dan secara sosial terkait dengan bagaimana ia beranggapan terhadap dirinya sendiri dan bagaimana pula ia mengharapkan pandangan atau stigma orang lain terhadap dirinya sendiri dan bagaimana pula ia mengharapkan

pengguna memiliki otoritas dalam membangun teks dan memanfaatkan medium.

Dalam budaya siber (*cyberculture*), internet merupakan ruang dimana budaya yang terjadi diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Sifat dasar ini mengaburkan batasan ruang (*space*), geografis (*place*), maupun demografis (*entities*), termasuk juga hubungan antara media dan khalayak yang dipahami selama ini (Nasrullah, 2014: 62). Castels (1997), media baru memberikan hubungan yang berbeda dan pemaknaan yang berbeda kepada khalayak. Media memberikan ruang simbolis sebagai dasar untuk menjalankan proses untuk mencapai kesejahteraan, baik dalam pengertian ekonomi maupun hak-hak kewarganegaraan secara lebih bebas, tentu saja melalui diperantarai teknologi dan informasi (Cardoso, 2006: 334).

Identitas Seksual Kaum Gay

Istilah homoseksual dan heteroseksual digunakan merujuk pada orientasi seksual seseorang. Orientasi seksual menunjuk pada jenis kelamin pasangan erotis, cinta ataupun afeksi yang dipilih. Orientasi seksual terbentuk mulai saat hormon-hormon seksual berkembang, yaitu pada saat seseorang memasuki usia remaja. Sebelum masa tersebut, ketertarikan kepada orang lain masih belum dapat dianggap sebagai ketertarikan seksual

(Oetomo, 2001: 26). Seorang *gay* adalah seorang homoseksual karena ia adalah laki-laki, sedangkan pasangan erotis, cinta, ataupun afeksinya adalah juga laki-laki.

Identitas seksual (Oetomo, 2001: 26) berarti bagaimana seseorang memandang dirinya, baik sebagai laki-laki ataupun sebagai perempuan. Identitas seksual mengacu pada hasil pembagian jenis kelamin secara kromosomal, kromatinal (genetis), gonadal, hormonal, dan somatis (fenotipis, biotipis). Atau dengan kata lain, identitas seksual mengacu pada kejantanan (*maleness*) atau kebetinaan (*femaleness*) dari segi ragawi (bentuk tubuh), khususnya alat kelamin luar. Identitas seksual bukan merupakan bawaan saat lahir, tetapi lebih merupakan pembelajaran melalui pengalaman yang diberikan secara tidak resmi dan tidak terencana. Bila seorang anak, yang pada saat dilahirkan diperlakukan menurut identitas seksualnya yang berbeda dari jenis kelamin biologisnya, maka ia akan tumbuh sesuai dengan identitas seksual yang diberikan kepadanya. Kaum *gay* masih tetap merasa dan menganggap dirinya sebagai laki-laki. Dalam mewujudkan seksualitasnya, ada yang bertindak sebagai pihak pasif (seperti peran perempuan dalam hubungan seksual) dan ada yang bertindak sebagai pihak aktif (seperti peran laki-laki), tetapi masing-masing

menyunting foto-foto yang memiliki 16 efek foto. Dengan aplikasi Instagram, foto-foto Anda dapat diunggah melalui jejaring sosial seperti facebook, twitter, foursquare, dan juga flickr. Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam berbagai macam gadget seperti iPhone, Blackberry dan lain lain tersebut. Foto yang akan diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di album foto iDevice tersebut. Salah satu fitur unik dari Instagram itu sendiri adalah dapat memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat hasil jepretan Kodak Instamatik dan Polaroid

Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera *tilt-shift* yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam Instagram, foto tersebut pun juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna. Foto-foto yang akan diunggah melalui Instagram tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan Instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut dulu untuk menyesuaikan format yang ada. Hal

yang membuat Instagram bisa menjadi populer dengan cepat adalah salah satunya dengan adanya integrasi Instagram untuk situs-situs seperti Facebook, Twitter, Flickr, Foursquare, dan Tumblr.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan melihat nyata realitas dua aktivitas pengguna Instagram yang dalam menggunakan media baru (media sosial) untuk memperlihatkan identitas bahwa mereka adalah gay, sedangkan dalam aktivitas cenderung tidak diperlihatkan. Dua informan adalah alumni dari salah satu Universitas Islam di Yogyakarta, UR dan IS. Pemilihan ini terkait dengan aktivitas mereka dalam memperlakukan media instagram sebagai pengungkapan identitas mereka. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Nawawi dan Martini, (1994: 74), penelitian kualitatif yang memiliki karakteristik, penelitian yang datanya dinyatakan dalam keadaan yang sewajarnya atau sebagaimana adanya (*natural setting*), sedang yang menjadi objek penelitian kualitatif adalah seluruh bidang atau aspek kehidupan manusia, yakni manusia dengan segala sesuatu yang dipengaruhi manusia.

Untuk menemukan realitas yang dibutuhkan, peneliti mewawancarai secara mendalam dua subjek dan mengamati aktivitas

keseharian selama satu minggu. Hal ini terkait dengan apa maksud yang melatarbelakangi penampilannya di instagram dan menungghanya dan juga konteks sosial seperti apakah yang melatarbelakangi representasi identitas seksual subyek. Pada wawancara mendalam, peneliti berupaya mengambil peran pihak yang diteliti (*taking the role of the other*), secara intim menyelam dalam diri subjek secara psikologis dan sosial kedua subjek. Peneliti secara berusaha secara mendalam berusaha mendorong subjek mengemukakan semua gagasan dan perasaan dengan bebas dan nyaman. Seperti apa yang dikemukakan Mulyana (2001: 147), wawancara sebaiknya lebih mirip situasi percakapan yang ditandai dengan spontanitas. Intepretasi terhadap aktivitas subjek dilakukan dengan mengetahui apa yang ada di benak subjek mencakup perasaan, motif dan pemikiran yang ada di balik aktivitas yang diperoleh berdasarkan wawancara mendalam sehingga memungkinkan dapat memahami subjek penelitian dalam situasi ilmiah secara menyeluruh.

Data Informan

Dari awal penelitian, kesulitan dalam mendekati informan untuk mengungkapkan realitas kehidupan mereka dan aktivitas mereka dalam menggunakan instagram untuk

menunjukkan atau menampilkan diri kepada orang lain bahwa mereka gay. Ketertutupan mereka karena pribadi informan ingin bahwa aktivitas mereka tidak mau dibicarakan tetapi lingkungan hanya cukup mengerti saja. Hal ini menjadi kenyataan tersendiri bagi peneliti, bahkan peneliti dianggap tertarik untuk memasuki aktivitas gay. Merasa diri informan dijadikan objek penelitian pun dianggap suatu pertimbangan tersendiri agar informan tetap terbuka pada peneliti. Instagram yang dipakai informan untuk UR adalah IS . Usia dari kedua informan adalah 22 tahun, dan telah lulus dari program sarjana (S1).

Untuk account UR, sampai penelitian ini ditulis sebanyak 373 foto telah *diunggah*, sedangkan *followersnya* sebanyak 372, dan *following* (mengikuti *account* orang lain) sebanyak 138. *Account* IS sebanyak 159 foto telah *diunggah*, sedangkan *followersnya* sebanyak 149 kurang banyak dibanding *account* UR, dan *following* (mengikuti *account* orang lain) sebanyak 90. Dalam pengamatan keseharian selama penelitian kedua informan dalam berkomunikasi dan bersosialisasi dengan teman-teman laki-laki cenderung agak pendiam, walau UR agak lebih berani mengajak bicara dengan teman sesama laki-laki, bila IS cenderung pendiam. Untuk memperlihatkan identitas bahwa mereka gay,

REPRESENTASI IDENTITAS SEKSUAL GAY PADA INSTAGRAM (STUDI KASUS ACCOUNT INSTAGRAM)

IS terlihat tidak memperlihatkan, dia diam dan seringkali menyendiri, membaca buku atau bermain gadget atau laptopnya. Bila UR terlihat sangat penampilan seperti perempuan ketika ia berkomunikasi, gaya non verbalnya sangat halus seperti perempuan.

PEMBAHASAN

Latar Belakang dan Penyebab Penyimpangan

Latar belakang dan penyebab penyimpangan pada masing-masing informan tidak sama. Informan UR mengungkapkan bahwa:

"Saya tidak merasa menjadi Gay, memang ketertarikan saya pada laki-laki tidak pada perempuan. Suka dengan laki-laki semenjak SMA. Kalau dengan laki-laki saya lebih nyaman dan suka, bila dengan perempuan seperti dengan teman biasa walau bisa sangat akrab". (wawancara 18-11-2015)

Informan IS mengungkapkan:

"Semenjak SMA ketika masih duduk di bangku Madrasah Aliyah di Pare-pare. Di sana kebanyakan para muridnya laki-laki karena madrasah putra. Bergaul dengan laki-laki lebih asyik dan membuat saya lebih suka dengan laki-laki dibanding perempuan. Bergaul dengan perempuan yah biasa saja" (wawancara 14-11-2015).

Alasan ketertarikan dengan lawan jenis, informan UR dan IS berpendapat berbeda, IS mengungkapkan realita:

"Asyik bila berhubungan dan berkomunikasi dengan sama-sama laki-laki. Kita bisa lebih mengenal diri kita, bahkan bisa gila-gilaan bersama. Bertemu dengan pacar seperti bertemu dengan yang sangat dirindukan tetapi juga bisa diajak hangout yang kita suka karena dia mengerti apa yang kita suka". (wawancara 14-11-2015)

Sedangkan UR menyadari bahwa:

"Saya sedikit malu bila bertemu dengan laki-laki yang saya suka. Bahkan, bila ketemu laki-laki yang keren, gimana gitu. Saya belum punya pacar dengan teman laki-laki tapi saya sering ungkapkan ke teman dekat perempuan saya. Mereka sih cuma bilang, kalau akunya fine-fine aja jalanin, walau saya tahu mereka bilang setengah hati. Mereka, teman yang sangat dekat dengan saya" (wawancara 18-11-2015)

Dalam mempresentasikan diri, informan juga diwawancarai mengenai keberanian mengungkapkan diri-memunculkan identitas secara visual di *account* instagram mereka. Dalam *Instagram Handbook*, Bambang mengemukakan bahwa fitur-fitur dalam instagram adalah sebuah indikator tindakan untuk menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu yang mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Presentasi diri yang dilakukan ini bisa dilakukan oleh individu, ataupun kelompok, tim organisasi (2012: 53). Bila ditilik pada diri informan

keberanian diri mereka dalam melakukan presentasi diri di instagram memperlihatkan identitas seksual mereka. Mereka sadar instagram menawarkan Penilaian fungsi sebuah foto sebagai representasi realitas yang memiliki variasi fungsi estetik, dan dianggap mendukung mereka secara identitas. Wawancara mengenai mengapa informan mengungkapkan secara terbuka citra atau identitas di etalase *account* instagram mereka, informan IS beralasan:

“Di Instagram para follower atau yang melihat instagram saya, kan hanya bisa melihat dan mempersepsikan saja. Bisa saja bila bosan account instagram saya hapus bila merugikan saya sehingga tidak apa-apa kok memperlihatkan identitas saya. Di Instagram kan nilai estetikanya ada, saya merasa cakep kok jadi mungkin banyak yang bisa menikmati saya, gambarnya maksudnya, he...he...he...” (wawancara 14-11-2015).

Sementara informan UR, mengungkapkan:

“Tidak masalah kok, teman-teman sudah mengerti saya, siapa saya. Bila ada yang baru dan mempertanyakan foto-foto yang ada di Instagram juga tidak apa-apa, yang penting tidak merugikan saya dan saya tidak merugikan orang lain. Foto di Instagram kan sopan semua, kalau mereka tahu bahwa saya gay kan tidak apa-apa, kan tidak ada yang disalahkan. (wawancara 18-11-2015).

Foto di dalam instagram adalah bentuk komunikasi visual, media ini bertujuan untuk menimbulkan kesan tertentu pada khalayak. Foto merupakan elemen yang potensial dalam membangun imajinasi dan kesan. Dalam *cyberculture* level pengungkapan diri pada *decisional privacy* di buku *The Value of Privacy* Beate Rossler dan **Rupert D. V. Glasgow** diartikan sebagai *‘aspects concerning privacy-related issues in terms of actions and conduct’* (2005: 79). Konten yang dipublikasikan berkaitan dengan aktivitas atau kegiatan si pemilik *account* dalam kehidupan sehari-hari yang bersentuhan dan atau berkaitan dengan individu atau komunitas lain. Walau demikian dalam instagram, khalayak dapat memberikan *feedback*, khalayak tidak pasif. Mereka ketika melihat unggahan foto di beranda *account* informan akan memberikan *feedback*-tanggapan. Jadi, bila informan mengunggah mereka sadar apa yang akan dilihat oleh khalayak.

Perkembangan handphone atau telepon genggam dengan dilengkapi fitur instagram dan dilengkapi aplikasi edit foto mendorong seseorang menjadi lebih terbuka dalam mengungkap identitas. Informan mengunggah foto diri untuk memperlihatkan makna dan identitas dirinya. Informan UR mengemukakan:

“Dengan handphone yang saya pakai sekarang saya bisa meng-upload gambar yang saya suka dan menunggu komentar-komentar follower dan saya nggak perlu untuk memberitahu siapa saya dan sedang apa saya. Kalau ngomong langsung sukanya malah di bully diejek. Enakan lewat handphone kalau tidak suka bisa langsung dihapus” (wawancara 19-11-2015).

Kedua informan seringkali menggunakan *handphone* untuk meng-update foto-foto di beranda mereka. UR menggunakan *handphone* merek Asus zenfone 6, dan IS menggunakan *handphone* Samsung Galaxy S5.

Representasi Identitas dalam Instagram

Informan memberikan bentukan makna yang kuat bahwa kedua informan dalam mewujudkan sikap seksualitasnya dalam tampilan foto. Untuk informan IS diperlihatkan betul ia menyukai laki-laki dengan mengunggah film instagram 15' yang memvisualisasikan laki-laki yang disukainya dan diberikan keterangan visual (*caption*) “tetaplah bersamaku... jadi teman hidupku#eeaaa”. Dari unggahan yang di masukan dalam beranda instagram miliknya, informan IS ingin memperlihatkan kepada khalayak bahwa ia mencintai seseorang yang terdapat dalam film instagram tersebut. Ini Pendekatan Intensional informan menurut Stuart Hall, bahwa penutur yaitu informan IS

memperlihatkan bahasa baik lisan maupun tulisan yang memberikan makna unik pada setiap hasil karyanya, ini adalah sistem simbolik yang menampilkan praktik budaya informan. Ia ingin mengkomunikasikan makna dalam setiap hal-hal yang berlaku khusus dalam foto yang diunggahnya. *Instagram* sebagai media sosial memberi kebebasan informan dalam mengaktualisasi diri dan menampakkannya sebagai subyek yang otonom.

Bahkan dalam beranda informan IS, ditampilkan salah satu unggahan yang berupa teks tanpa ilustrasi foto, informan menuliskan:

“Baiklah kak, ak menyerah, klo kakak emang mw mutusi ak... terserah kakak... bkan brarti ak pasrah d putusin, yg jelas ak hnya mw ksi tw kakak kl oak sangat2 sayang ma kakak... ak tulus cinta ma kakak... klo kakak piker ak main2 berhubungan dgn kakak, kakak salah... tdk ada sm skali sedikit pun ak main2 dlm hbungan ini ak selalu ingin melihat kakak bahagia karena diriku dan ak sgt bangga jika berhasil membahagiakan kakak... jika kakak mutusin aku, gpp... krn klo kakak merasa bahagia stlh mutusin ak, itu berarti ak berhasil membahagiakan kakak.... Dan mgkin itulah” (diposting 15w ketika penelitian ditulis).

Unggahan itu ditulis dan hanya ditanggapi satu *follower* informan IS, dan juga ada pertanyaan dari *follower*, “apa maksudnya

ini?” tetapi pertanyaan tersebut tidak dijawab informan IS. Dia hanya menambahkan *caption* “ini untukmu...untuk kamu yang kucinta”. Sedangkan informan UR, dalam foto yang diunggah di beranda instagram tidak se-berani informan IS, UR walau ketertarikan pada laki-laki lebih besar dibanding pada perempuan tetapi dalam unggahan tidak sejelas memberi makna pada khalayak bila UR menyukai laki-laki. *Captionnya* yang dipilih dalam unggahan foto yang menampilkan informan UR memperagakan seperti foto model perempuan adalah “aku sudah gak perawan bang...” atau ungkapan “teroong...!” Bahasa yang dipilih memperlihatkan makna pada khalayak, dan orang tersebut bisa melihat konteks yang dibatasi dalam bahasa itu dengan melihat unggahan foto yang menyertai *caption*. Dalam representasi yang dihadirkan, bahasa yang dipilih UR sangatlah melalui alur Konstruksionis, UR memilih dan menetapkan makna dalam pesan yang dibuatnya. Ia memaknai makna ‘terong’ dan makna bahasa ‘gak perawan’, bahwa dia menyukai laki-laki. Karena makna kultural dari bahasa itu sangat kental pada material anggota tubuh laki-laki.

Faktor pengalaman menjadi seorang gay pun mempengaruhi kedua informan ini. Untuk IS, dia telah memiliki pasangan gay-nya sehingga apa yang dia unggah cukup berani

memperlihatkan identitasnya sebagai gay. Sedangkan UR belum memiliki pasangan tetapi dia hanya bisa menggoda teman-teman lelakinya. UR banyak memiliki teman perempuan, dan cukup dekat dengan teman perempuan (*positive relations with others*), dirinya merasa dikucilkan oleh teman-teman laki-lakinya karena bergaya keperempuan-perempuanan. Hal itu yang membuat dia dekat dengan teman perempuan, dia sadar memerlukan keberadaan orang lain dalam mengungkap hal-hal yang membebani.

Foto yang berada dalam beranda instagram masing-masing informan mengungkapkan bahwa diri mereka adalah gay. Bahasa simbol bahwa seseorang gay bisa dilihat dari komunikasi non verbal seperti yang diungkap Puji Purnama (2010), dalam penelitian mengenai gay di Surabaya. Bahwa gay mempunyai gaya komunikasi nonverbal untuk menunjukkan identitas mereka kepada sesamanya berupa ; Tatapan mata, Posisi tangan dan gerakan, Posisi duduk, Gerakan bibir, gaya bicara, dan pronounciation yang jelas, Gerakan tubuh, Penampilan. Penggunaan bahasa tubuh oleh kalangan gay merupakan sebuah lambang yang memiliki arti bagi masing-masing pihak yang memiliki kesamaan pengertian. Dengan kata lain dapat dijelaskan bahwa proses komunikasi dengan

menggunakan ekspresi bahasa tubuh memerlukan adanya kesepahaman pengertian dan pengartian pada tiap simbol.

Foto yang berada dalam beranda instagram, UR memperlihatkan penampilan yang sangat klimis dan menjaga tingkah laku seperti duduk tidak seperti biasanya laki-laki terbuka tetapi lebih pada menyilangkan kaki. Bahkan beberapa foto ada hal yang dilakukan berlebihan semisal gaya mulut dimonyong-monyongkan, memperlihatkan lidah yang digigit, dan beberapa foto terlihat dia berlaku seperti perempuan. Sedangkan dalam beranda instagram IS, sangat jelas memperlihatkan makna bahwa informan adalah seorang gay karena ia memuji-muji dengan *captionnya* pada seorang laki-laki, bahkan melakukan *#hashtag* pada foto yang diunggah untuk laki-laki yang disukai oleh informan IS. Dan sama seperti informan UR, beberapa foto IS memperlihatkan penampilan yang sangat klimis dan menjaga tingkah lebih seperti perempuan. Bahkan beberapa foto ada hal yang dilakukan berlebihan semisal gaya mulut dimonyong-monyongkan. Sesungguhnya informan ingin dapat mengekspresikan diri mereka di ruang publik, namun sekali lagi mereka terbentur dengan norma-norma yang ada di masyarakat. Sehingga informan lebih memilih untuk mengekspresikan diri mereka

dalam ruang instagram yang mereka anggap lebih individual bagi mereka.

Beberapa *follower* di beranda IS, sering tidak menanggapi apa yang dibuat IS dalam *captionnya*, seperti “Baru bngun jam ... segini... ada yang bilang klo alis gue dibuat2... gue klarifikasi bhwa alis gue natural... g ad embel2nya...”(dibuat pertengahan Oktober 2015) yang meng-*like* hanya satu orang. Dalam foto yang dipampang terlihat IS menggunakan seperti lipstick putih dibibirnya dan posisi sedang di tempat tidur. *Follower* IS adalah kebanyakan mahasiswa dari tempat studi informan IS, sehingga mereka risih dengan apa yang dilakukan IS. Beberapa tanggapan *follower* seringkali dihapus atau foto yang di beranda dihapus IS. Selama pengamatan dalam penelitian ini berlangsung ada 15 unggahan foto atau video instagram yang dihapus yang memperlihatkan IS benar-benar terbuka memperlihatkan bila IS seorang Gay, dan nada tanggapan yang mempertanyakantetapi segera dihapus IS.

Bila UR aktivitas cenderung seperti perempuan dari penampilan dan genitnya dalam mengutarakan dalam *captionnya* seperti posting terakhir tanggal 19 Desember 2015, “*Happy birthday @bellashofie_suryo* semoga panjang umur, sehat selalu, makin syantik, cepat wisuda & nikah (icon cium)

#HBD#brithday#23#soulmate#Sunday#ulangt ahun dan di-like sebanyak 13 follower. Ketika UR memberikan unggahan foto dan memberikan *caption* atas unggahan, kebanyakan hanya teman dekat yang memberikan *feedback*. Hampir tampilan seperti perempuan mewarnai beranda instagram UR, walau *follower*-nya banyak tetapi mereka kurang menanggapi unggahan UR.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi dari penelitian yang telah dilakukan, identitas gay dalam instagram direpresentasikan dalam foto-foto yang diunggah informan di beranda instagram mereka. Instagram memberikan fasilitas untuk pengungkapan diri pada seseorang dalam hal ini subjeknya. Pendekatan yang Menurut Stuart Hall (1997: 24), disebut: Pendekatan Reflektif, bahwa makna diproduksi oleh manusia melalui ide, media objek dan pengalaman-pengalaman di dalam masyarakat secara nyata. Pendekatan Intensional, bahwa penutur bahasa baik lisan maupun tulisan yang memberikan makna pada apa yang diunggah di instagram. Pendekatan Konstruksionis, bahwa informan, memilih dan menetapkan makna dalam pesan yang dibuatnya.

Dukungan *caption* untuk mengkomunikasikan makna dalam setiap hal-hal yang dilakukan yang memperkuat identitas gay informan. Informan tidak menyadari bahwa instagram memang memfasilitasi pengungkapan identitas seperti yang dikemukakan Guy Debord bahwa adanya *spectacle* dalam media hasil dari relasi sosial antar manusia yang dimediasi oleh imaji-imaji, ini tak dapat dipahami sebagai penipuan visual belaka yang diproduksi oleh teknologi-teknologi media massa. Namun, *account* instagram para informan cukup dapat memberikan gambaran tentang bagaimana perjuangan untuk *coming out* identitas gay mereka terhadap orang lain di sekitar mereka. Dengan ini, informan mengharapkan lingkungan social di lingkungan mereka akan menjadi lebih tahu bahwa keberadaan mereka sebagai gay juga selayaknya mendapatkan pengakuan yang sama seperti lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Babe, Robert E. 2009. *Cultural Studies and Political Economy: To Ward a New Integration*. Plymouth, UK: Lexington Books
- Budiman, Hikmat. 2006. *Lubang Hitam Kebudayaan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Bourdieu, Pierre. 1993. *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.
- Boyer, L., Brunner, B.R., Charles, T dan Coleman, P. 2006. Managing Impressions in a Virtual Environment: Is Ethnic Diversity a Self-Presentation Strategy for Colleges and Universities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1): 1-15.
- Cardoso, Gustavo. 2006. *The Media Inn The Network Society and Culture, Vol.1: The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Castells, Manuel. 1997. *The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol.2: The Power of Identity*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Cesareo, Giovanni. 2011. *From the Work of Consumption to The Work of Prosumers*, dalam Wasko, Janet, Murdock, Graham and Sousa, Helena (ed.) *The Handbook of Political Economy of Communication*, West Sussex. Wiley Blackwell, hal.403-435
- Durham, Meenakhshi Gigi & Douglas M. Kelner. 2006. *Media and Cultural Studies: keywords Rev. Edition*. Australia: Blacwell Publishing
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications
- Hesmondalgh, David. 2010. *User Generated Content, Free Labour and The Cultural Industries*
- Jordan, Tim. 1999. *Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and The Internet*. London and New York: Routledge
- Levy, P. 2001. *Cyberculture*. Minnesota: University of Minnesota Press
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Nawawi, Hadari dan Mimi Martini. 1994. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Buku Litera
- Oetomo, Dede. 2001. *Memberi Suara pada yang Bisu*. Yogyakarta: Galang Press
- Pranata, Tommy Dwi. 2015. Perilaku dan realitas Sosial Kehidupan Gay di Kota Samarinda. *eJournal Sosiatri-Sosiologi 2015*, 3 (3): 135-150
- Rachmah, Amy Julia. 2012. Pemanfaatan situs jejaring Sosial Sebagai Media Pembelajaran. *JEPTI (Jurnal Elektronik Pendidikan Teknik Informatika) Vol. 1. No.3 November 2012*.
- Rais, Amien. 1979. *Cakrawala Islam: Antara Cita dan Fakta*. Bandung: Penerbit Mizan
- Rosler, Beate and Rupert D.V. Glasgow. 2005. *The Value of Privacy*. UK: Polity

REPRESENTASI IDENTITAS SEKSUAL GAY PADA INSTAGRAM
(STUDI KASUS ACCOUNT INSTAGRAM)

Schmidt, Eric & Jared Cohen. 2014. *The New Digital Age*. Jakarta: PT. Gramedia

Williams, Raymond. 1981. *The Sociology of Culture*. University of California: Schocken Books

Sumber lain:

https://en.wikibooks.org/wiki/Communication_Theory/Network_Society

<http://argyo.staff.uns.ac.id/files/2010/08/seksualitas-undip.pdf>

<http://www.bitebrands.co/2015/01/sejarah-dan-perkembangan-media-sosial.html>

Purnama, Puji. 2010. *Penggunaan Bahasa Tubuh Komunitas Gay di Jalan Kangean/ Pattaya dan Delta Plaza Surabaya dalam Mengidentifikasi Komunitasnya*.