

BAB I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Manusia terlahir ke dalam dua kelompok jenis kelamin yaitu perempuan dan laki-laki. Pembagian jenis kelamin ini berdasarkan hal biologis fisik yang mereka miliki masing-masing. Namun, terdapat pembeda lain antara laki-laki dan perempuan dalam masyarakat yaitu gender.

Gender terbagi menjadi dua melalui atribut-atribut yang melekat secara sosial yaitu maskulin dan feminin. Pembagian ini terbentuk ketika masyarakat mulai menciptakan secara sosial siapa yang masuk ke kategori maskulin atau feminin (Jary & Jary, 1991). Dengan kata lain, gender merupakan konstruksi sosiokultural yang tersosialisasikan dalam masyarakat berkaitan dengan perbedaan karakter baik tingkah laku, cara berpakaian, dan tindak komunikasi antara laki-laki dan perempuan (Soedarwo, 2016). Hal ini sejalan dengan kutipan Moore di mana ia mengatakan bahwa jenis kelamin merupakan pembeda biologis melalui alat reproduksi dan gender merupakan konstruksi sosiokultural yang disosialisasikan guna kemapanan normalisasi (Abdullah, 2003).

Berbicara mengenai konstruksi gender, tentu menjadi berbeda ketika merujuk pada konteks budaya. Hal ini dikarenakan gender merupakan peran, fungsi, hak, dan tanggung jawab yang dibentuk oleh tata nilai sosial, adat, dan budaya (Puspitawati, 2013). Secara umum, pengertian serta pembagian gender di Indonesia masih sangat terkait dengan jenis kelamin serta terpengaruh oleh sistem

patriarki yang mendominasi (Sakina & Siti, 2017). Perbedaan terletak pada pandangan dan harapan mengenai peran maskulin dan feminin.

Seorang maskulin diharapkan untuk kuat secara fisik atau tidak lemah, lebih mengedepankan rasionalitas, lemah dalam bidang bahasa, dapat bekerja dan menafkahi keluarga, dan lain-lain. Berbeda dengan itu, feminin diharapkan untuk menjadi seorang yang lemah lembut, berpenampilan anggun dan gemulai, dapat melakukan pekerjaan rumah tangga, lemah di bidang sains, dan sebagainya (Fakih, 2001). Berdasarkan harapan-harapan tersebut, dapat disimpulkan bahwa laki-laki dikonstruksikan sebagai entitas pada sektor publik sedangkan perempuan terkonstruksi sebagai entitas dalam ranah domestik.

Melihat dinamika pemahaman gender di era modern, nyatanya sedikit banyak telah mengalami pergeseran dari batas konstruksi kenormalan. Maraknya fenomena pria namun memerankan figur sebagai seorang wanita (feminin), begitupula sebaliknya, merupakan bukti nyata. Hal ini berkaitan dengan bagaimana gender telah menyentuh ranah identitas sebagai penanda seseorang dan tidak berkorelasi dengan jenis kelamin.

Munculnya orang-orang dalam kategori atau kelompok ini ke permukaan, setelah dikuatkan oleh aspek lingkungan yang semakin mendukung dengan menjadi lebih terbuka terhadap perbedaan, menjadi lebih mudah karena orang-orang dalam kategori atau kelompok yang sama yang sebelumnya belum pernah bertemu menjadi bertemu (Sukanto, 2006). Pertemuan ini dapat terjadi melalui lingkungan yang baru misalnya ketika pindah daerah, memasuki lingkungan sekolah atau kerja yang baru, dikenalkan oleh teman, dan lain-lain. Pembauran identitas ini juga dapat dilihat secara nyata dalam konteks lingkungan kampus karena terjadi pertemuan

dan interaksi antar budaya sehingga mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Proses imitasi, mimikri dan hibridasi tidak dapat dielakkan karena proses internalisasi atas aspek eksternal dapat terus terjadi secara berkelanjutan akibat implikasi dari interaksi.

Peran media guna terjalin pertukaran budaya menjadi signifikan akibat arus pertukaran informasi yang semakin mudah sehingga pertemuan tidak lagi sebatas pertemuan fisik, melainkan dunia maya alias internet (Watie, 2011). Berbagai perspektif, gaya hidup dan pendidikan semakin mudah untuk diakses berdampak pada pandangan masyarakat modern yang bergeser (Khatimah, 2018). Jika dikontekstualisasikan, media massa bertanggungjawab lebih besar akan pertukaran informasi karena akses yang mudah serta filterisasi informasi menjadi otoritas pembaca atau pengakses.

Dari segi penggunaan, pengguna media sosial sudah mencapai tahap di mana orang yang menyimak atau menonton, atau biasa disebut audiens, dapat dengan mudah terpengaruh oleh apa yang dilihatnya di media sosial. Bukan hanya mudah terpengaruh, namun saat ini orang-orang juga dapat dengan mudah memiliki pengaruh di media sosial. Mereka yang memiliki pengaruh di antara masyarakat, terlebih apabila memiliki jumlah pengikut yang banyak dalam ranah media sosial, kerap disebut *influencer* (Hariyanti & Wirapraja, 2018).

Beberapa contoh *influencer* yang terkenal di Indonesia diantaranya Karin Novilda, atau yang biasa dikenal sebagai Awkarin, yang merupakan *influencer* di bidang gaya hidup tertentu. *Influencer* dengan jumlah pengikut tinggi lainnya ialah Atta Halilintar, ia bahkan telah membintangi beberapa iklan untuk beberapa *brand*. Jovi Adhiguna adalah contoh lain *influencer* gaya hidup yang banyak disukai

orang-orang karena penampilannya yang menarik, cara bertindak apa adanya, serta *humour appeal*.

Pengaruh yang dimaksud ialah mereka mampu memengaruhi tindakan, sikap, dan cara pandang atau perspektif audiens (Hariyanti & Wirapraja, 2018). Hal-hal yang mampu dipengaruhi tersebut dapat berubah secara intensitas, bukan konversi secara keseluruhan, dari pengaruh yang didapat melalui media sosial (Riswandi, 2013). Dalam tahap ini internalisasi akibat siklus interaksi yang sangat cair semakin terjadi sehingga sangat mempengaruhi pembentukan sikap seseorang secara terus menerus.

Secara konkret misalnya dalam kolom komentar unggahan foto setiap *influencer* seringkali dibanjiri oleh komentar pengikutnya. Meskipun komentar dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu komentar baik dan buruk, dilain sisi hal ini mengindikasikan sikap atau perilaku sebagai *influencer* terjustifikasi secara riil melalui ungkapan dalam kolom komentar. Tidak sedikit juga mereka yang berkomentar sebagai *follower* (pengikut) menyampaikan secara gamblang bahwa mereka terinspirasi oleh eksistensi, gaya hidup serta cara pandang dari *influencer* yang disebarkan melalui media sosial Instagram baik secara visual maupun audio visual.

Apabila memahami kompleksitas antara peran *influencer* media sosial Instagram dalam relasinya guna mempengaruhi *followers*-nya tentu tidak terlepas dari citra apa yang dibangun. Hal ini menarik apabila dikaitkan dengan bagaimana

pergeseran normalisasi gender dalam masyarakat akhirnya kabur ketika media sosial, termasuk *influencer*, mengaburkan batas-batas ini.



Gambar 1: Akun Instagram Jovi Adhiguna.

Jovi Adhiguna menjadi sangat relevan untuk melihat upaya seorang *influencer* mendobrak kepastian dalam tatanan gender masyarakat secara umum. Pasalnya, sebagai seorang dengan berjenis kelamin laki-laki, terdapat banyak unggahan dalam akun Instagram-nya meliputi konten *make up* dan *fashion* wanita yang identik dengan perempuan. Selain memproduksi konten yang erat kaitannya dengan “produk-produk perempuan,” berdasarkan konten audio visual yang dibagikan melalui Instagram *story*, Jovi menunjukkan sikap yang tidak hanya terbatas pada sikap dengan sifat maskulin sebagaimana kebanyakan pria lainnya. Terlihat juga adanya sikap-sikap yang bersifat feminin dalam dirinya melalui cara bicara serta beberapa tingkah laku yang ditampilkan.

Hal ini dilakukannya tanpa maksud dibuat-buat, sejalan dengan klaim dirinya sendiri yang menyatakan bahwa ia adalah seorang androgini pada sebuah wawancara dengan media bernama Woop (2020). Arti harfiah dari androgini

sendiri adalah sebuah keadaan di mana orang tersebut tidak menjadi maskulin maupun feminin, atau dapat juga berarti memiliki kombinasi dua kualitas karakteristik tersebut dalam satu waktu (Merriam-Webster, n.d.).

Seolah tidak terpengaruhi dengan komentar negatif, Jovi selalu mengunggah konten-konten serupa dengan rasa percaya diri. Bahkan, perawakan dan tampilan yang dicitrakanpun sangat sesuai dengan konstruksi perempuan pada umumnya, seperti menggunakan pakaian wanita (blus, kebaya dan dress), berambut panjang, menggunakan make up dan lain-lain. Menjadi menarik disini ketika dengan pengikut lebih dari 500 ribu orang dan berbagai komentar positif, maka batas-batas sosial gender yang ketat semakin kabur.



Gambar 2: Salah satu foto dari akun Instagram Jovi Adhiguna.

Eksistensi *influencer* termasuk Jovi Adhiguna telah menggambarkan bagaimana dunia sosial secara dinamis telah mengubah beberapa paradigma lama. Hal ini juga menjadi relevan ketika melihat lingkungan sosial yang telah marak diwarnai dengan upaya meleburkan batas-batas sesuai konstruksi atas peran gender. Kaitannya dengan penelitian ini, melalui observasi awal, peneliti melihat bahwa mahasiswa laki-laki di Universitas Atma Jaya Yogyakarta mengalami kondisi serupa terkait berperilaku di luar kenormalan konstruksi gendernya. Dengan kata lain, meskipun mereka tidak mengklaim bahwa diri mereka sebagai *transgender*, mereka mengadopsi sikap feminin seperti tingkah laku dan cara berbicara. Sekali lagi, penguatan atas upaya menunjukkan eksistensi mereka di depan publik meruntuhkan norma dalam masyarakat yang dulunya bersifat mapan dan membantah hal tersebut sebagai sebuah takdir.

Dalam kaitannya, melihat fenomena mahasiswa laki-laki di Kampus FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang bersikap feminin menjadi menarik untuk dikaji dengan maraknya eksistensi *influencer*. Relasi peran *influencer* dan penggunaan media Instagram pada mahasiswa laki-laki yang berperilaku feminin di Kampus FISIP UAJY akan menjadi fokus bahasan pada penelitian ini nantinya. Maka dari itu, spesifikasi perilaku feminin pada mahasiswa laki-laki akan lebih dcondongkan pada relasi mereka sebagai pengikut *influencer* Jovi Adhiguna mengingat memiliki perilaku serupa dan secara konstan mengunggah konten terkait dengan 500 ribu pengikut.

Relasi media sosial memiliki implikasi kepada penggunanya secara umum telah banyak dikaji dalam beberapa penelitian. Pada penelitian Drakel, Pratiknjo dan Mulianti (2018) meneliti terkait dengan Perilaku Mahasiswa Dalam

Menggunakan Media Sosial di Universitas Sam Ratulangi. Hasilnya adalah bahwa mahasiswa media sosial paling sering digunakan oleh mahasiswa adalah Instagram, Facebook, Whatsapp dan Line. Mahasiswa justru sering menggunakannya disaat proses perkuliahan sehingga tidak fokus dalam belajar. Bahkan komunikasi antar mahasiswapun sering tidak terjadi karena terlalu sibuk dengan ponsel pintar masing-masing.

Selain penelitian Drakel, Pratiknjo dan Mulianti (2018) terdapat penelitian lain yang menunjukkan bagaimana media sosial memiliki implikasi bagi penggunaanya. Melis (2016) melalui penelitian berjudul Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepribadian Mahasiswa STEBIS IGM Palembang memaparkan bahwa sosial media memiliki dampak positif sekaligus negatif. Dampak positif terkait mempermudah penyebaran dan mengakses informasi, sedangkan dampak negatif ialah kepribadian mahasiswa dipengaruhi gaya hidupnya akibat mengadopsi budaya populer yang berkembang di sosial media. Hal ini dikarenakan bahwa yang membentuk kepribadian adalah budaya dan sosial media menjadi arena untuk pertukaran budaya tanpa filterisasi selain dari penggunaanya.

Penelitian skala makro oleh Cahyono (2016) terkait Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Masyarakat di Indonesia mencoba untuk memberikan gambaran transisi ketika bagaimana media sosial masuk dan menjadi candu dalam masyarakat pengguna. Hasilnya bahwa media berdampak positif karena memudahkan komunikasi, arus informasi dan mengekspresikan diri tetapi dapat memicu terjadinya konflik akibat pengaruh yang disebarkan bersifat sensitif, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain, persebaran masalah privasi. Di sisi lain sosial media telah membuat beberapa perubahan pada hubungan sosial dan bentuk-bentuk

lembaga masyarakat serta mempengaruhi sistem sosialnya. Dalam konteks ini difokuskan pada munculnya kelompok-kelompok mengatasnamakan agama dan membuat keributan dengan menyebar isu-isu sensitif.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan kompleksitas permasalahan diatas, maka penelitian ini mengangkat rumusan masalah:

Bagaimana peran Jovi Adhiguna sebagai *influencer* media sosial Instagram dalam proses pembentukan sikap feminin terhadap mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Atma Jaya Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

Mengetahui pandangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya dalam memandang konstruksi gender feminin dan maskulin.

1.4. Manfaat Penelitian

- Manfaat Akademis

Penelitian ini nantinya dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ilmu Komunikasi mengenai pengaruh media sosial dalam mengonstruksi identitas feminin terhadap penggunanya. Secara teoritis penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam memandang wacana gender dan performativitas. Penggunaan pisau analisis dengan pendekatan

teori yang multidisiplin juga memaksimalkan analisis dalam penelitian ini guna lebih dalam dan kritis.

- **Manfaat Praktis**

Penelitian ini memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya yang masih terjebak dalam perspektif modernitas pertama dengan anggapan bahwa gender menjadi sesuatu yang *given* dan bersifat mutlak atau adikodrati. Maka dari itu, penelitian dengan konteks mahasiswa di era modernitas lanjut dengan fokus pada membaca kembali normalisasi gender akan memperkaya perspektif dan memahami berbagai permasalahan sosial termasuk eksistensi media massa sehingga tidak terkungkung dengan satu pandangan normatif.

1.5. Kerangka Teori

Penelitian ini akan melihat pembentukan sikap dalam diri seseorang, maka dari itu peneliti menggunakan salah satu teori psikologi komunikasi yaitu teori *modelling*. Teori pendukung yang digunakan pada penelitian ini ialah teori mengenai media sosial disertai dengan teori mengenai media sosial, dan teori mengenai sikap.

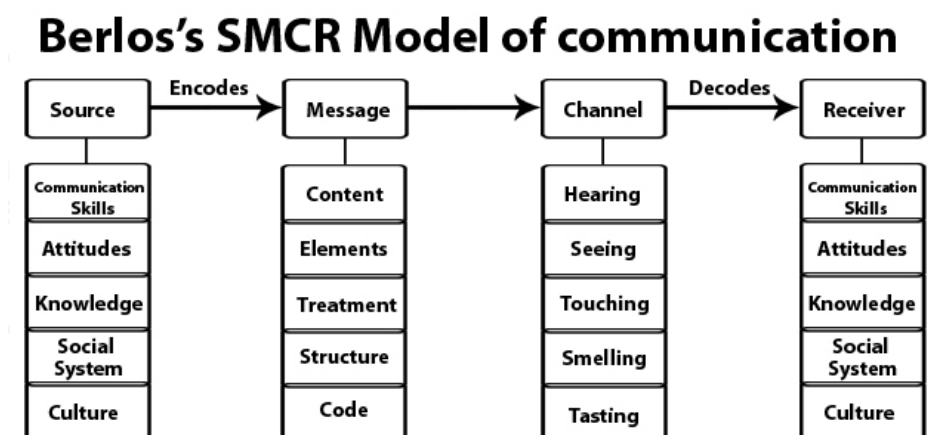
1.5.1. Model Komunikasi SMCR Berlo

David Kenneth Berlo pada tahun 1960 mengenalkan sebuah model komunikasi linear dengan istilah SMCR, yang merupakan komponen-komponen pada model tersebut. Berbagai komponen tersebut meliputi:

- a. *Source* ialah sumber atau pengirim pesan,

- b. *Message* atau pesan adalah isi atau substansi dari yang dikirimkan oleh pengirim pesan,
- c. *Channel* adalah saluran komunikasi untuk mengirim pesan yang dikirim, dan
- d. *Receiver* adalah penerima pesan.

Model ini dikembangkan untuk menggambarkan proses komunikasi atau jalur dari pemberi hingga penerima pesan. Meskipun terdapat kemungkinan adanya hambatan dalam sebuah proses komunikasi, namun hal ini tidak disertakan oleh Berlo. Selain itu, beberapa kekurangan dari model yang dikenalkan oleh Berlo adalah tidak disertakannya umpan balik dari penerima dan komunikasi non-verbal tidak dianggap penting di sini. Keterbatasan tersebut menjelaskan bahwa komunikasi merupakan fenomena yang statis ketimbang dinamis (Mulyana, 2013).



Gambar 3: Model komunikasi SMCR oleh Berlo dalam bentuk bagan.

Berlo menjelaskan bahwa empat komponen pada model ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang memengaruhi *source* atau sumber atau pengirim pesan adalah keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya. Beberapa faktor tersebut juga merupakan faktor-faktor yang memengaruhi *receiver* atau penerima pesan. *Message* atau pesan juga memiliki beberapa faktor pengaruh yaitu isi, elemen, perlakuan, struktur, dan kode. *Channel* atau saluran memiliki hubungan dengan panca indera antara lain melihat, mendengar, menyentuh, membaui, dan merasai.

1.5.2. Teori Modelling

Albert Bandura menjadi tokoh sentral dalam wacana psikologi komunikasi dalam membahas pendekatan behaviourisme. Teori Bandura dengan jelas menggunakan sudut pandang kognitif dalam menguraikan belajar dan perilaku. Melalui kognitif kita berarti Bandura berasumsi tentang pikiran manusia dan menafsirkan pengalaman mereka. Teori Modelling menjadi salah satu teori sentral Bandura dalam membahas perilaku individu dalam konteks kognitif. Berawal dari teori pembelajaran kognitif, bahasan lebih spesifik terdapat dalam teori modelling dimana diyakini bahwa dengan mengamati jauh lebih efisien dari pada pembelajaran dengan mengalami langsung (Bandura, 1971). Mengamati akhirnya akan jatuh pada proses peniruan atau modelling yang meliputi proses kognitif dan bukan sekadar melakukan imitasi. Lebih dari sekadar mencocokkan perilaku orang lain, modelling merepresentasikan secara

simbolis suatu informasi dan menyimpannya untuk digunakan untuk selanjutnya.

Beberapa aspek penting bagi Bandura dalam mengatur pembelajaran melalui observasi ialah perhatian, representasi, produksi perilaku dan motivasi. Posisi dari aspek tersebut ialah:

a. Perhatian

Individu memperhatikan tingkah laku model untuk mempelajarinya.

b. Representasi

Dalam tahap ini, individu merekam dalam ingatan dengan cara merepresentasikan secara simbolis di dalam ingatan mereka terkait model yang mereka amati.

c. Produksi perilaku

Paska memerhatikan model dan mempertahankan sesuatu yang telah diobservasi, kemudian individu memproduksi perilaku tersebut. Dalam tahap ini, individu mengubah representasi kognitif ke dalam tindakan yang tepat.

d. Motivasi

Pembelajaran observasi akan efektif jika individu yang berusaha melakukan proses modelling termotivasi untuk melakukan perilaku yang ditiru.

1.5.3. Teori Media Sosial

Media sosial sebagai wujud perkembangan internet nampak menjadi angin segar bagi masyarakat di era modern khususnya dalam menjawab

bagaimana mampu mereduksi jarak dan waktu dalam sebuah pertemuan. Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dengan basis web sehingga mampu mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif atau dua arah. Melalui media sosial, orang dapat menyebarkan informasi secara individu maupun kelompok dan dapat diakses oleh orang lain serta mampu mendapatkan timbal balik dari sisi berlawanan. Maka dari itu, pertukaran informasi melalui media sosial sangat minim filterisasi karena basis filterisasi dilakukan oleh individu langsung tanpa melewati hierarki birokratis.

Strauss dan Forst (2012) menyebutkan media sosial adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jenis media yang didasarkan pada percakapan dan interaksi antara orang-orang secara *online*. Dalam perkembangannya, interaksi dalam media sosial tidak saja bersifat satu arah melainkan dua arah. Dilain kesempatan pada jurnal milik Maharani (2012) disebutkan media sosial merupakan alat promosi paling murah dan berdampak signifikan terhadap bisnis karena memiliki banyak pengguna serta tidak memerlukan biaya untuk membuat sebuah akun jejaring sosial. Artinya, efektifitas dalam media sosial untuk menyebarkan informasi sangat tinggi. Hal ini juga tidak terlepas dari peran vital *influencer* sebagai aktor dalam menyebarkan informasi khususnya bagi para pengikutnya.

Dalam Rahmani (2006) menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal yaitu jumlah waktu, isi media dan hubungan media dengan individu.

- a. Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs;
- b. Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
- c. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial.

Merebaknya situs media sosial melekat dengan anggapan menguntungkan berbagai pihak akibat proses reduksi jarak dan waktu ditambah beban biaya signifikan lebih rendah daripada menggunakan media lainnya. Disamping itu, terdapat implikasi negatif atas eksistensi media sosial seperti berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan. Pertukaran informasi dan interaksi dari berbagai belahan dunia juga melewati batas-batas kebudayaan daerah satu dan lainnya sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran, pergeseran dan akulturasi kebudayaan (Haenlein, 2010).

1.5.4. Teori Sikap

Sikap dan perilaku memiliki arti yang berbeda. Berdasarkan KBBI Daring (2016) sikap memiliki arti perbuatan atau gerak-gerik yang berdasarkan pada pendirian atau keyakinan, sementara perilaku berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Berdasarkan perbedaan tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap yang

nantinya akan memengaruhi perilaku individu. Hal ini sejalan dengan teori Sikap dan Perilaku oleh Triandis (1980), di mana ia menyatakan bahwa perilaku individu ditentukan oleh sikap yang terdiri dari keyakinan serta pemahaman mengenai konsekuensi dari melakukan perilaku, aturan serta nilai-nilai sosial yang ada, pikiran individu, serta kebiasaan yang mereka biasa lakukan.

Definisi lain mengenai sikap datang dari seorang tokoh bernama Saifuddin Azwar (2010). Serupa dengan yang dikatakan oleh Triandis, Azwar menyatakan bahwa sikap adalah suatu respon atau reaksi yang muncul dari seseorang yang kemudian memunculkan perilaku dengan cara-cara tertentu. Azwar juga menyatakan bahwa setidaknya ada enam faktor pembentuk sikap, yaitu:

1. Pengalaman yang kuat
2. Pengaruh orang lain yang dianggap penting
3. Pengaruh kebudayaan
4. Media massa
5. Lembaga Pendidikan dan lembaga agama
6. Pengaruh emosional

Apabila dikaitkan dengan teori yang dinyatakan oleh Gerungan (2004) yang menyatakan bahwa pembentukan sikap dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal, maka faktor pengaruh emosional termasuk dalam faktor internal dan faktor lainnya termasuk eksternal.

Pernyataan ini diraih karena, berdasarkan definisi Gerungan, faktor internal pembentukan sikap bergantung pada pemilihan obyek yang akan

disikapi individu dan tidak semua obyek akan disikapi. Sementara faktor eksternal pembentukan sikap terbagi menjadi dua yaitu berdasarkan interaksi kelompok serta komunikasi.

Sikap memiliki tiga komponen (Walgito, 1978). Komponen-komponen yang berada dalam struktur sikap dapat digunakan sebagai penilai bagaimana sikap seseorang terhadap objek (positif atau negatif). Tiga komponen tersebut adalah:

1. Komponen kognitif

Berkaitan dengan pengetahuan, perspektif, dan kepercayaan individu terhadap suatu objek.

2. Komponen afektif

Berhubungan dengan emosional individu, seperti rasa senang dan tidak senang, terhadap objek.

3. Komponen konatif

Berkaitan dengan kecenderungan individu dalam berperilaku terhadap objek.

1.6. Kerangka Konsep

1.6.1. Model Komunikasi SMCR Berlo

Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana seseorang dapat mengalami perubahan atau penguatan konsep diri setelah terpapar oleh pesan yang terdapat pada suatu media. Proses penyampaian pesan yang terjadi dalam media, dalam penelitian ini media yang digunakan adalah media sosial, sesuai dengan model komunikasi SMCR oleh Berlo.

Alur komunikasi yang terjadi dapat dielaborasi dengan konsep-konsep pada teori terkait yaitu:

a. Sikap pada sumber serta penerima pesan

Penyampaian pesan yang disertai oleh sikap tertentu akan memberikan makna yang berbeda. Pada penelitian ini, sikap dari sumber, Jovi Adhiguna, memberi makna yang berhubungan dengan konsep dirinya.

b. Sistem sosial pada sumber serta penerima pesan

Sistem sosial yang dimaksud ialah meliputi nilai-nilai dan kepercayaan pada sumber dan penerima pesan. Selain memengaruhi cara penyampaian pesan oleh sumber, hal ini juga dapat memengaruhi penerima pesan dalam menangkap maknanya.

c. Elemen pada pesan

Gestur serta bahasa tubuh yang disertakan dalam pesan merupakan hal-hal yang kecil namun berperan cukup signifikan dalam proses komunikasi, terlebih pada penelitian ini.

d. Kode pada pesan

Jika elemen merupakan hal-hal yang tidak terlihat secara mikro, kode merupakan penyampaian pesan yang lebih terlihat atau makro seperti bahasa tubuh, gestur, bahasa, musik, dan lain-lain.

e. Mendengar dan melihat sebagai saluran

Penyampaian pesan yang terjadi pada penelitian ini terjadi melalui media sosial, di mana audiens dapat menerima pesan secara audio

visual yang berarti pesan tersalurkan dengan mendengar dan melihat.

Pada kasus ini, komponen-komponen tersebut dapat diposisikan di mana Jovi Adhiguna selaku *influencer* yang membagikan kesehariannya melalui media sosial merupakan *source* (sumber), konten pada akun media sosial Jovi Adhiguna merupakan *message* (pesan), konten tersebut terkirim dalam bentuk audio visual pada media sosial yang merupakan *channel* (saluran), dan audiens akun media sosial *influencer* tersebut adalah *receiver* (penerima).

1.6.2. Modelling

Analisis awal dalam penelitian ini nantinya akan membahas terkait bagaimana seorang *influencer* dalam kasus ini Jovi Adhiguna menjadi *role model* bagi pengikutnya. Maka dari itu dibutuhkan teori untuk menganalisis posisi kontekstual Jovi Adhiguna dalam memengaruhi mahasiswa laki-laki FISIP UAJY, khususnya dalam hal pengaruhnya terhadap perilaku teridentifikasi feminin yang kontra dengan konstruksi gender dalam masyarakat pada umumnya sebagai seorang laki-laki. Pemilihan teori Bandura menjadi tepat karena teori ini dirasa mampu menjelaskan bagaimana kognitif bereaksi ketika proses mengamati dalam individu mampu menuntun pada tahap meniru.

Adapun secara lebih rinci konsep yang akan digunakan meliputi identifikasi terkait bagaimana proses modelling dari individu terhadap

influencer-nya (Bandura, 1971). Informasi dari narasumber akan dielaborasi sedemikian rupa dengan konsep-konsep Bandura terkait modelling yaitu:

a. Urgensi Karakteristik Model

Individu kemungkinan besar mengikuti seseorang dengan status sosial yang dirasa lebih tinggi, kompeten dan memiliki power untuk mewakili kepentingannya.

b. Karakteristik Pelaku Observasi

Individu yang merasa status sosial lebih rendah dari model yang diamatinya akan berpotensi melakukan proses modelling terus menerus sebagai usaha memenuhi identitasnya. Dalam tahap ini, anak-anak dan para remaja serta remaja dalam proses transisi ke tahap dewasa menjadi pelaku atau agen dari observasi ini.

c. Konsekuensi dari Perilaku yang Akan Ditiru

Individu akan memahami konsekuensi dari perilaku yang akan ditiru atau risiko apabila mengikuti tindakan yang ditiru dari modelnya. Risiko ini dapat berlaku secara sosial dan penerimaan sosial ketika individu mengikuti suatu perilaku dari modelnya. Dalam hemat Bandura, ketika individu memutuskan untuk melakukan modelling maka dirinya telah siap akan konsekuensi yang akan terjadi entah menjadi baik ataupun buruk, tetapi mereka telah sadar akan hal tersebut. Rekognisi melalui tindakan model menjadi cukup apabila terdapat risiko sosial yang mengikuti paska mereka mengikuti tindakan tersebut.

1.6.3. Media Sosial

Guna menjadikan analisis penelitian agar bersifat holistik dalam membahas rumusan masalah yang diangkat, maka pendekatan dalam konteks media sosial dan *influencer* akan digunakan. Media sosial sebagai alat yang dapat memfasilitasi hubungan antara manusia satu sama lain serta memiliki peminat banyak memiliki banyak jenis platform, salah satu diantaranya yang paling banyak digunakan ialah Instagram. Kepemilikan akun instagram dapat diakses oleh setiap orang sehingga mereka dapat mengakses berbagai informasi yang tersebar dari orang lain yang memiliki karakter khas yaitu berbasis visual dan audio visual.

Paparan mengenai media sosial dilanjutkan dalam lebih rinci terkait bagaimana media sosial mempengaruhi penggunanya. Setidaknya terdapat dua efek signifikan atas hadirnya media sosial yaitu mampu terkoneksi dengan individu lain tanpa terbatas oleh jarak dan waktu dan mampu mengakses informasi dalam waktu singkat. Berkenaan dengan itu, peran *influencer* dalam konteks media sosial menjadi signifikan dalam mengedarkan informasi kepada pengikutnya. Dalam konsep (Evelina & Handayani, 2018) dikatakan bahwa *influencer* mampu menyebarkan informasi dengan cepat, mempengaruhi pengikutnya dalam rangka mempromosikan produk serta memiliki kredibilitas tinggi dan menumbuhkan kepercayaan atas apa yang diinformasikan. *Digital influencer* menjadi aktor vital dalam membuat pesan menjadi viral dan mempengaruhi pengikutnya pula, termasuk bagaimana mereka mencitrakan dirinya melalui unggahan mengenai keseharian dan gaya hidupnya.

Peran selanjutnya menyebutkan sosok yang menjadi *digital influencer* diidentifikasi dengan:

1. Jumlah pengikut
2. Konteks, dimana tidak sekadar mengunggah hal-hal bersifat komersil melainkan penyisipan kehidupan dan gaya hidup keseharian.
3. Komunikasi, menjaga komunikasi dengan pengikut seperti dalam wadah komentar di setiap unggahan.

Dalam tataran konsep inilah yang akan digunakan tonggak untuk melihat bagaimana peranan media sosial instagram dan influencer Jovi Adhiguna menyebarkan pola gaya hidupnya sehingga memengaruhi para pengikutnya baik di tataran pikiran maupun perilaku guna mendobrak normalisasi konstruksi gender laki-laki yang tidak wajar berperilaku feminin.

1.6.4. Sikap

Penelitian ini berfokus pada pembentukan sikap mahasiswa FISIP UAJY berdasarkan pengalamannya menjadi audiens *influencer* Jovi Adhiguna. Sikap sendiri berarti keyakinan yang dapat memengaruhi perilaku. Maka dari itu, dalam konteks ini, peneliti mencari bagaimana keyakinan obyek penelitian sebelum dan sesudah menjadi audiens pada akun-akun media sosial Jovi Adhiguna.

Berdasarkan yang telah dipaparkan pada kerangka teori, terdapat enam faktor pembentukan sikap. Apabila dikontekstualisasikan pada

penelitian ini, maka hanya beberapa dari faktor-faktor tersebut yang sesuai dengan penelitian ini. Beberapa faktor tersebut adalah:

1. Pengalaman yang kuat

Pengalaman pada periode waktu tertentu diasumsikan dapat memengaruhi sebuah pembentukan sikap. Informan pada penelitian ini dapat mengalami pembentukan suatu sikap tertentu selama terpapar oleh konten-konten yang dibagikan oleh *influencer* Jovi Adhiguna.

2. Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Jovi Adhiguna bukan seseorang yang ditemukan oleh para informan di dunia nyata, namun ia dianggap cukup penting dan relevan hingga mereka memutuskan untuk mengikuti akun-akun media sosial Jovi Adhiguna. Pada kasus ini Jovi menjadi relevan karena adanya beberapa kesamaan antara informan dan Jovi.

3. Pengaruh emosional

Adanya persamaan konsep diri antara Jovi Adhiguna dan informan menumbuhkan pengaruh emosional. Pengaruh ini nantinya akan menjadi signifikan pada pembentukan sikap

Tiga faktor lainnya tidak menjadi begitu signifikan dikarenakan konsep gender di Indonesia masih terpengaruh oleh budaya yang bersifat patriarki dan tradisional, seperti yang telah dipaparkan di latar belakang.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih mengutamakan pada masalah proses dan pemaknaan dengan harapan mampu mengungkap berbagai informasi kualitatif dengan deskripsi-analisis yang teliti dan penuh makna (Denzin & Lincoln, 2009). Disisi lain, penelitian kualitatif tidak menolak informasi kuantitatif dalam bentuk angka maupun jumlah. Pada tiap-tiap obyek akan dilihat kecenderungan, pola pikir, ketidakteraturan, serta tampilan perilaku dan integrasinya sebagaimana dalam studi kasus genetik. Melalui jenis kualitatif, relasi kuasa antara peneliti dan narasumber dapat diminimalisasi serta dapat menghindari analisis bersifat generalisasi. Perolehan datapun bersifat variatif serta berlimpah sehingga dapat dimanfaatkan melalui analisis yang holistik.

Adapun pendekatan yang digunakan ialah deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan guna menggambarkan atau melukiskan fakta-fakta atau keadaan ataupun gejala yang tampak. Penelitian deskriptif kualitatif dipilih juga agar mampu mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, dimana keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan baik observasi maupun wawancara dengan informan. Maka dari itu, melalui metode ini nantinya akan mampu memaparkan terkait bagaimana Jovi Adhiguna sebagai *influencer* dari media sosial instagram mempengaruhi perilaku proses pembentukan konsep diri feminin pada mahasiswa laki-laki FISIP UAJY.

1.7.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini ialah di lingkungan kampus Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY). Hal ini dilandasi karena, berdasarkan observasi yang dilakukan, FISIP menjadi salah satu fakultas dengan latarbelakang mahasiswa variatif termasuk dalam hal perspektif gender hingga tindak komunikasi. Terdapat banyak mahasiswa yang cukup ekspresif dalam tindak komunikasinya sehingga tidak sulit untuk meyakinkan bahwa lokasi FISIP sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Pembatasan ini juga dilakukan karena aksesibilitas peneliti yang mudah dengan lokasi penelitian. Disamping itu mahasiswa dipilih karena secara intens tentu memanfaatkan fitur sosial media dan familiar dengan kehidupan sosial media, sehingga sangat tepat ketika melihat bagaimana media sosial juga mempengaruhi konsep diri mahasiswa dalam berperilaku.

1.7.3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ialah mahasiswa laki-laki di lingkungan kampus FISIP UAJY yang memiliki karakteristik perilaku feminin. Hal ini dipilih secara spesifik karena penelitian ini ingin memfokuskan secara lebih mendalam pada relasi normalisasi gender maskulin terhadap laki-laki namun mengalami pergeseran dan mengalami pendobrakan oleh fenomena hari ini. Mengingat lokasi penelitian ini terletak di kampus FISIP UAJY dan penelitian ini telah menentukan fokus bahasannya, maka terkait teknik pemilihan subjek atau narasumber tidak diperlukan dengan sistem *random sampling* ataupun *puspositive sampling* seperti andalan pendekatan

kuantitatif. Subjek akan dipilih melalui otoritas peneliti dengan spesifikasi mahasiswa laki-laki kampus FISIP UAJY yang berperilaku feminin serta menggunakan sosial media khususnya Instagram dalam kehidupan sehari-hari. Maka dari itu data berupa informasi akan didapatkan melalui subjek penelitian hingga mencapai puncak tertentu dengan arti terjadi informasi yang sama dan berulang-ulang dari beberapa narasumber.

Secara spesifik, informan atau narasumber dari penelitian dipertimbangkan dengan mendalami kriteria pertama yaitu meliputi:

- mahasiswa laki-laki kampus FISIP UAJY,
- berperilaku feminin,
- menggunakan media sosial Instagram, dan
- mengikuti Jovi Adhiguna.

Setidaknya akan dipilih empat informan (IA, KT, MH, NN) dengan kriteria seperti yang telah disebutkan tadi. Pemilihan informan telah didasarkan pada observasi awal peneliti sehingga mampu menuangkan dan memilih empat informan tersebut. Berkaitan dengan penyamaran identitas asli narasumber dilakukan guna melindungi privasi informan dan berkaitan dengan tidak bersedianya informan untuk ditampilkan identitasnya. Sehingga peneliti menggunakan otoritas disini sesuai kode etik penelitian untuk menutupi dan merahasiakan identitas narasumber.

Objek penelitian ini meliputi secara singgungan telah terpapar dari pemaparan subjek penelitian diatas. Ketika memahami bahwa subjek penelitian mahasiswa laki-laki kampus FISIP UAJY dengan perilaku feminin, maka mereka telah mampu memberikan informasi secara

mendalam dan detail terkait konstruksi gender yang mengalami pergeseran dari normalisasi serta peran media sosial dalam fenomena ini. Informasi yang diberikan inilah yang menjadi objek dari penelitian.

1.7.4. Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan berbagai sumber data yang bersifat plural. Data tersebut nantinya akan terbagi ke dalam dua bentuk yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam serta *Focus Group Discussion* (FGD) dengan narasumber yang telah ditentukan. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik bahasan penelitian. Literatur dapat berupa jurnal, buku, dokumen maupun berita yang berhubungan dengan konstruksi gender, peran sosial media dalam pembentukan konsep diri serta analisis kontemporer kritis terkait normalisasi gender.

1.7.5. Teknik Pengumpulan Data

Demi menunjang kualitas data yang diperoleh maka dalam mengumpulkan data menggunakan beberapa teknik diantaranya:

A. Observasi

Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan panca indera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa,

objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sutopo, 2006). Dengan menggunakan teknik observasi kedekatan dengan subjek penelitian akan terbangun dengan meminimkan relasi dominan karena dapat saja peneliti bergabung dalam kegiatan subjek penelitian. Pada tahap observasi, catatan lapangan akan dikumpulkan baik peneliti sebagai partisipan sekaligus pengamat. Catatan lapangan tidak hanya diperoleh dari satu kali observasi melainkan beberapa kali sehingga data dianggap cukup. Pada penelitian ini, peneliti akan mengamati mahasiswa laki-laki FISIP UAJY yang bertindak feminin serta bagaimana sosial media menjadi penting sebagai instrumen kehidupan di era masyarakat modernitas tingkat lanjut.

B. Wawancara Mendalam

Teknik wawancara mendalam meliputi proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Dalam melakukan wawancara mendalam dengan informan atau subjek penelitian yang telah dipilih akan dilakukan dengan mekanisme pertanyaan dari interview guide yang

telah dibuat sebelumnya (Bungin & Burhan, 2015). Hasil wawancara akan didokumentasikan melalui catatan, rekaman maupun audio visual sebagai bukti konkret atas data yang dipaparkan. Dalam penelitian ini, akan dilakukan wawancara mendalam dengan subjek yaitu mahasiswa laki-laki di FISIP UAJY yang berperilaku feminin serta terpapar media sosial dalam keseharian. Sehubungan dengan maraknya kasus COVID-19 yang sedang terjadi saat ini, wawancara mendalam akan dilaksanakan secara *online*, yakni menggunakan metode *video call*, telepon, atau pesan singkat.

C. Studi Literatur

Data dapat diperoleh melalui fakta yang tersimpan seperti surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal, buku dan lain-lain. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Maka dari itu, diperlukan kepekaan teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna. Literatur disini merupakan seluruh temuan terdahulu maupun fakta fisik berkaitan dengan pergeseran konstruksi gender dalam fakta keseharian serta pengaruh sosial media dalam menentukan konsep diri bagi kehidupan individu.

1.7.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menjadi penting untuk dilakukan guna menghasilkan analisis yang bersifat mendalam, kritis dan berbasis teori. Dalam studi kualitatif teknik analisis data meliputi proses reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Denzin & Lincoln, 2009). Hal ini diawali sejak melakukan pengumpulan data yang telah diperoleh baik melalui data primer maupun data sekunder, selanjutnya dipilih secara kontekstual sehingga mampu dianalisis menggunakan teori dan konsep yang telah ditetapkan, guna menghasilkan hasil akhir atau kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan secara empirik.

Dalam teknik analisis data diawali dengan reduksi data dimana data diorganisasi sehingga pada tahap akhir dapat menghasilkan kesimpulan yang terverifikasi. Dalam hemat kata, dengan reduksi maka tidak diperlukan mengartikan sebagai kuantifikasi oleh peneliti.. Setelah reduksi data, penyajian data dilakukan berdasarkan mana yang terpilih sehingga dapat disajikan secara deskriptif. Paska menyajikan data, dilakukan penarikan kesimpulan atau paparan inti hasil dari proses analisis yang terjadi berulang-ulang antara data dan penggunaan teorisasi.