

202110040311188
Anisa Putriana Chinta
Prodi Ilmu Komunikasi

**REPRESENTASI IDENTITAS GENDER INFLUENCER TRANSGENDER
MELALUI KOMUNIKASI VISUAL DI MEDIA SOSIAL**

(Analisis semiotika pada akun Tiktok @ianhugen)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

ANISA PUTRIANA CHINTA

202110040311188

Dosen Pembimbing:

Nasrullah, M.Si.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ANISA PUTRIANA CHINTA
202110040311188

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 21 Januari 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Nurudin, M.Si**
2. **Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom, M.I.Kom**
3. **Nasrullah, M.Si**



Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Dr. Jeko Susilo, M.Si.

**Representasi Identitas Gender Influencer Transgender melalui Komunikasi Visual
di Media Sosial
(Analisis semiotika pada akun TikTok @ianhugen)**

Diajukan Oleh :

ANISA PUTRIANA CHINTA
202110040311188

Telah disetujui
Rabu / 21 Januari 2026

Pembimbing I



Nasrullah, M.Si.

Wakil Dekan I




Dr. Agus Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/XII/2025/FISIP-UMM/

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Anisa Putriana Chinta
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311188
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Representasi Identitas Gender Influencer Transgender melalui Komunikasi Visual di Media Sosial (Analisis semiotika pada akun tiktok @ianhugen)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 22 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Nasrullah, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung I Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 253 (Hunting)
F +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bandung Rukam No 188 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 149 (Hunting)
F +62 341 587 060

Kampus III
Jl. Raya Tegalman No. 240 Malang, Jawa Timur
P +62 341 464 378 (Hunting)
F +62 341 460 435
E webmaster@umma.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/XII/2025/FISIP-UMM/

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Anisa Putriana Chinta
NIM : 202110040311188
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 22 Desember 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si



Kampus I

Jl. Bendung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 680 435

Kampus II

Jl. Bendung Sukam No. 181 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 180 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Trikomas No. 285 Malang Jawa Timur
P. +62 341 454 278 (Hunting)
F. +62 341 680 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN MATERAI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Anisa Putriana Chinta
NIM : 202110040311188
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul : "Representasi Identitas Gender Influencer Transgender melalui Komunikasi Visual di Media Sosial (Analisis semiotika pada akun tiktok @ianhugen)" adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Desember 2025

Yang Menyatakan,



Anisa Putriana Chinta



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG




Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Anisa Putriana Chinta
NIM : 202110040311188
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Representasi Identitas Gender Influencer Transgender melalui Komunikasi Visual di Media Sosial (Analisis semiotika pada akun @ianhugen)

Disetujui,
Pembimbing


Nasrullah, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sidam No 188 Malang Jawa Timur
P. +62 341 531 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG



PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/ TESIS/ DISERTASI DENGAN JUDUL: REPRESENTASI IDENTITAS
GENDER INFLUENCER TRANSGENDER MELALUI KOMUNIKASI VISUAL
DI MEDIA SOSIAL (ANALISIS SEMIOTIKA PADA AKUN TIKTOK
@IANHUGEN)

Oleh:

Nama : Anisa Putrina Chinta

NIM : 202110040311188

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 22 Desember 2025

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, M.Si

NIP. 10303090338



(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogoman No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Anisa Putriana Chinta

NIM : 202110040311188

Hasil Plagiasi : 30/12

BAB I	17			
BAB II	9			
BAB III	2			

BAB IV	1			
BAB V	6			
BAB VI				

Malang, 20 Desember 2025
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Anisa Putriana Chinta
2. NIM : 202110040311188
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Tugas Akhir : Representasi Identitas Gender Influencer Transgender melalui Komunikasi Visual di Media Sosial (Analisis semiotika pada akun Tiktok @ianhugen)

6. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Pembimbing
5 Oktober 2024	Pengajuan judul dan membuat outline proposal	✓
9 November 2024	Bimbingan outline proposal dan pengajuan judul terbaru	✓
21 Desember 2024	Pelaksanaan seminar proposal	✓
29 April 2025	Bimbingan meninjau bab 1 hingga 3 revisi terkait isi tinjauan pustaka dan konsep semiotika	✓
24 Juli 2025	Bimbingan bab 4 terkait instrumen dan temuan penelitian	✓
27 September 2025	Bimbingan bab 4 dan bab 5 perbaikan makna dari konsep mitos serta pembahasan	✓
4 Oktober 2025	Acc seminar hasil	✓
11 Oktober 2025	Pelaksanaan seminar hasil	✓

Malang, 22 Desember 2025

Disetujui,
Dosen Pembimbing


Nasrullah, M. Si



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada Sabtu, 11 Oktober 2025

Pada pukul 10.00 telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh :

Nama Penulis	Anisa Putriana Chinta
Nim	202110040311188
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Peminatan Public Relation
Judul Naskah	Representasi Identitas Gender Influencer Transgender melalui Komunikasi Visual di Media Sosial (Analisis semiotika pada akun @ianhugen)

Dihadirkan oleh Dosen Penguji dan Dosen Pembimbing

1. Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom
2. Nasrullah, M.Si

Penyajian dinyatakan LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Malang, 22 Desember 2025

Dosen Penguji

Nasrullah, M.Si

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom

Kepala Program Studi

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bاندung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 400 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tigaparas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LAMPIRAN DAFTAR HADIR

No	Nama	Program Studi	Instansi
1	Farhan Damara Azzanuar	Teknik Industri	UII
2	Muhammad Fikri Nur	Kimia	UB
3	Fatma Nursa'diah	Animasi	UM
4	Ocvi Naeila Hermawati	Ilmu Komunikasi	UMM
5	Mega Dewi Randongkir	Ilmu Komunikasi	UMM
6	Nuraisia Januarti	Ilmu Komunikasi	UMM
7	Aisyah citra w	Ilmu Komunikasi	UMM
8	Devi Anggraini	Ilmu Komunikasi	UMM
9	Farhan Putra Wika Budi S	Ilmu Komunikasi	UMM
10	Afiqah Meidilla Azra	Ilmu Komunikasi	UMM
11	Virgynenza Ayuba	Ilmu Komunikasi	UMM
12	Shinta Ayu Banowati	Ilmu Komunikasi	UMM
13	Anisa Aulia	Ilmu Komunikasi	UMM
14	Pratiwi risang ayu y	Ilmu Komunikasi	UMM
15	Tiara Santi Maharani	Ilmu Komunikasi	UMM
16	Diva Alvita	Ilmu Komunikasi	UMM
18	Taqiyya Hanifah	Ilmu Komunikasi	UMM
19	Fadhila Naili Zakiyyah	Ilmu Komunikasi	UMM
20	Risky Lestary	Ilmu Komunikasi	UMM



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Anisa Putriana Chinta, 202110040311188, Ilmu Komunikasi, “Representasi Identitas Gender Influencer Transgender Melalui Komunikasi Visual di Media Sosial (Analisis Semiotika pada Akun TikTok @ianhugen)” 2 Buku, 32 Jurnal.

Kata Kunci: Representasi, Identitas Gender, *Influencer*, Transgender.

Media sosial menjadi ruang strategis dalam pembentukan dan penyebaran identitas, termasuk identitas gender transgender yang kerap berada di luar norma dominan masyarakat. Di Indonesia, representasi transgender dalam media masih sering dikaitkan dengan stigma dan penolakan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana representasi identitas gender transgender dikonstruksikan melalui komunikasi visual dalam konten media sosial TikTok milik influencer Ian Hugen (@ianhugen).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes yang mencakup tingkat makna denotatif, konotatif, dan mitos. Objek penelitian adalah video konten terpilih pada akun TikTok @ianhugen yang dianalisis melalui teknik dokumentasi. Analisis difokuskan pada tanda-tanda visual seperti busana, riasan wajah, gestur tubuh, ekspresi visual, serta keterlibatan Ian dalam ruang sosial, budaya, dan profesional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ian Hugen secara konsisten merepresentasikan identitas gender transgender sebagai perempuan melalui penggunaan tanda-tanda visual feminin yang bermakna. Pada tingkat denotatif, konten menampilkan aktivitas sosial, profesional, dan kultural Ian di berbagai ruang publik. Pada tingkat konotatif, tanda-tanda visual tersebut membangun makna feminitas, profesionalisme, kepercayaan diri, serta penerimaan sosial. Sementara itu, pada tingkat mitos, representasi yang dibentuk menantang konstruksi gender biner dan membangun narasi baru bahwa identitas gender dapat dikonstruksikan melalui praktik sosial dan komunikasi visual.

Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi visual dalam konten TikTok Ian Hugen berperan sebagai praktik representasi identitas gender transgender yang positif dan inklusif. TikTok berfungsi sebagai ruang digital yang memungkinkan perempuan transgender membangun representasi diri yang berdaya, memperoleh legitimasi sosial, serta berkontribusi dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap keberagaman identitas gender di Indonesia.

Malang, 22 Desember 2025

Penulis,



Anisa Putriana Chinta

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Nasrullah, M.Si.

KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati, penulis panjatkan puji dan Syukur ke hadirat Allah SWT, karena atas Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Representasi Identitas Gender Influencer Transgender melalui Komunikasi Visual di Media Sosial (Analisis semiotika pada akun TikTok @ianhugen)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa perjalanan yang dilalui tidak selalu mudah. Berbagai keterbatasan, tantangan, serta proses pembelajaran menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Oleh karena itu, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak yang senantiasa mendampingi penulis, baik secara akademik maupun moral.

Skripsi ini bukan hanya merupakan hasil dari proses akademik, tetapi juga melalui perjalanan panjang yang penuh dengan tantangan dan pembelajaran. Proses penyusunannya menuntut ketekunan, kesabaran, serta komitmen yang tinggi dalam menghadapi berbagai dinamika. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat yang telah dilimpahkan kepada penulis karena atas segala apa yang telah diberikan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Atas izin Allah SWT, penulis bisa menyelesaikan segala tantangan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Keluarga tersayang penulis yakni Abi Gunawan, Umi Hasna, dan Adik Sultan. Terima kasih selalu menjadi *support system* dalam memberikan doa, semangat, serta perhatian tanpa pernah putus. Walaupun jarak memisahkan, kasih sayang dan semangat yang diberikan selalu penulis rasakan dan menjadi sumber kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang berharga selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

6. Farhan Damara Azzanuar, yang senantiasa memberikan dukungan emosional, pengertian serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran, perhatian dan semangat yang diberikan menjadi penguat bagi penulis di kala penulis hampir menyerah.
7. Teman-teman seperjuangan selama masa perkuliahan dan perantauan. Tiara, Caca, Aul, Cutvan, Kiki, Iwa, Dimas, Farel selaku teman dekat sekaligus berbagi cerita bagi penulis. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan semangat yang selalu diberikan, baik dalam proses akademik maupun dalam perjalanan hidup selama masa kuliah.
8. Teman-teman “tebaran kasih sayang”. Terima kasih sudah menjaga dan merawat pertemanan ini sejak masa sekolah hingga saat ini. Meskipun jarak dan waktu kerap memisahkan namun saling memberikan dukungan, perhatian serta hiburan bagi penulis melalui komunikasi secara daring.
9. Teman-teman HIMAKOM dan MINBAK, selama dua periode yang telah menjadi rekan seperjuangan penulis selama dalam kegiatan organisasi. Terima kasih atas kebersamaan, pengalaman dan kerja sama yang terjalin selama penulis menjadi bagian dari organisasi tersebut.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam berbagai bentuk baik secara langsung maupun tidak langsung. Segala dukungan dan dorongan memiliki arti yang sangat besar bagi penulis dalam proses panjang ini. Diri penulis sendiri, Anisa Putriana Chinta, yang telah berusaha bertahan, berproses, dan tidak menyerah dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Proses ini menjadi bentuk pembelajaran dan refleksi diri yang berharga bagi penulis.
11. Terakhir, Gim Valorant dan Raditya Dika, yang secara tidak langsung menjadi sarana hiburan dan pelepas penat bagi penulis di sela-sela proses penyusunan skripsi. Keberadaan kalian ini membantu penulis menjaga keseimbangan emosi dan pikiran agar tetap dapat melanjutkan proses akademik dengan lebih baik.

Malang, 22 Desember 2025

Penulis

Anisa Putriana Chinta

DAFTAR ISI

SURAT KETERANGAN SIAP UJI	ii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	iii
SURAT KETERANGAN MATERAI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI	ix
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	21
1.1 Latar Belakang	21
1.2 Rumusan Masalah	25
1.3 Tujuan Penelitian	26
1.4 Manfaat Penelitian	26
1.4.1 Manfaat Teoritis	26
1.4.2 Manfaat Praktis	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1 Komunikasi Visual dalam Media Sosial	27
2.1.1 Elemen Utama Komunikasi Visual dalam Media Sosial	27
2.1.2 Komunikasi Visual sebagai Representasi Identitas di Media Sosial	28
2.1.3 Visual Storytelling (Narasi Visual)	29
2.1.4 Interaksi Audiens dengan Konten Visual	29
2.1.5 Algoritma dan Distribusi Visual Konten di Media Sosial	30
2.1.6 Tantangan Komunikasi Visual bagi Kelompok Minoritas di Media Sosial	30
2.2 Media Sosial sebagai Ruang Representasi	31
2.2.1 Konsep Representasi di Media Sosial	31
2.2.2 Fitur Interaktif di Media Sosial yang Mendukung Representasi	31
2.2.3 Peluang Media Sosial bagi Kelompok Minoritas	32

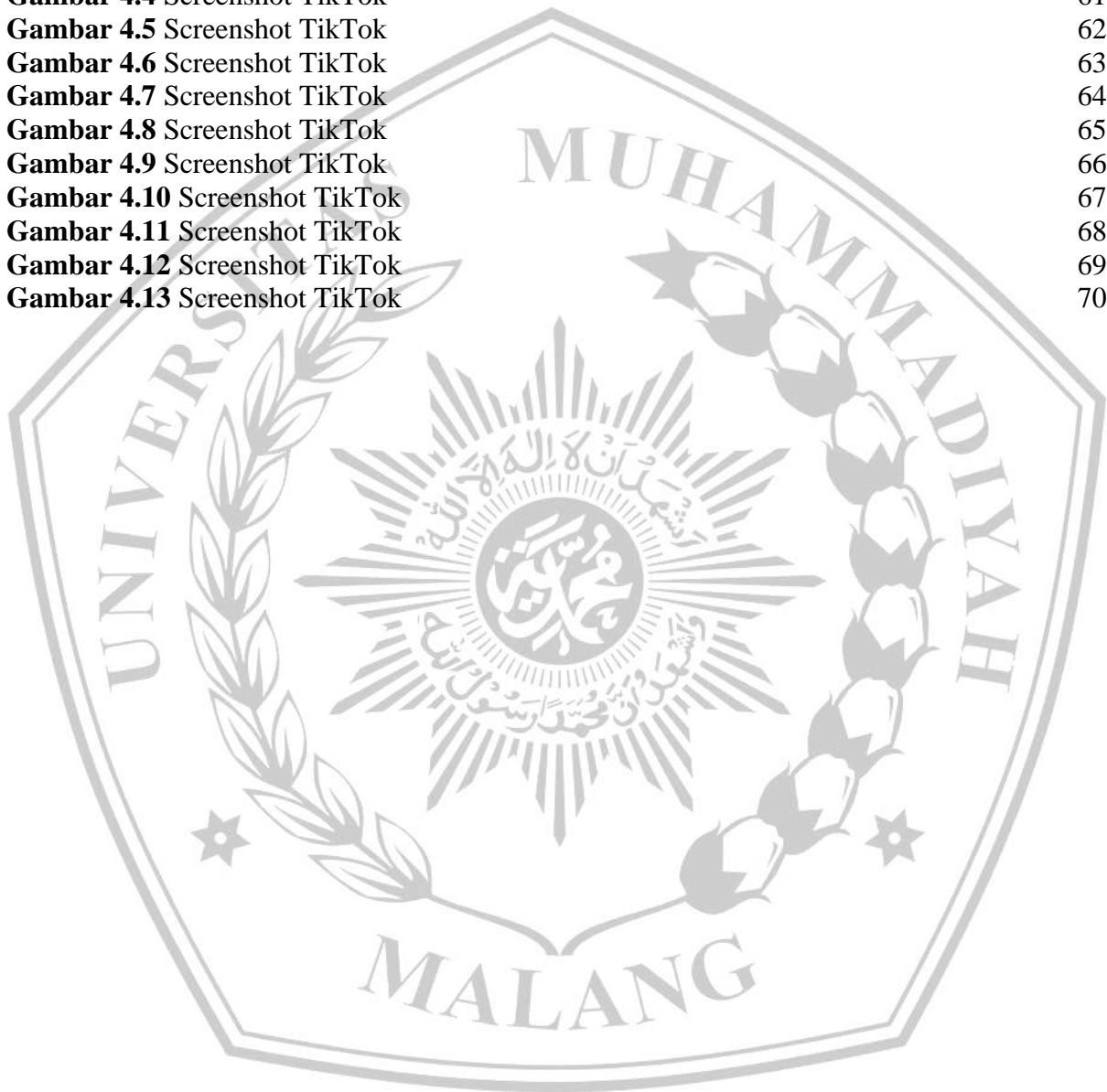
2.2.4	Peran Algoritma dalam Distribusi Representasi	32
2.2.5	Tantangan Representasi di Media Sosial	33
2.2.6	Dampak Media Sosial terhadap Persepsi Publik tentang Identitas Gender	33
2.3	Platform Media Sosial TikTok	34
2.3.1	Definisi Platform Media Sosial TikTok	34
2.3.2	Komunikasi Visual di TikTok	34
2.4	Identitas Gender dan Representasi Transgender	36
2.4.1	TikTok sebagai Ruang Representasi Identitas Gender	37
2.5	Transgender	37
2.5.1	Definisi dan Pemahaman Transgender	37
2.5.2	Sejarah dan Perkembangan Identitas Transgender	37
2.5.3	Pengalaman Diskriminasi dan Tantangan Sosial bagi Transgender	38
2.5.4	Representasi Transgender di Media Tradisional dan Dampaknya	38
2.5.5	Peran Media Sosial dalam Ruang Representasi Transgender	39
2.5.6	Pengaruh Representasi Transgender di Media Sosial terhadap Persepsi Publik	40
2.6	Representasi Transgender di Media Sosial	40
2.6.1	Konsep Representasi di Media	40
2.6.2	Media Sosial sebagai Ruang Representasi Transgender	41
2.6.3	Narasi Autentik melalui Konten Pribadi	41
2.6.4	Peluang Media Sosial dalam Mengubah Persepsi Publik	42
2.6.5	Tantangan Representasi Transgender di Media Sosial	42
2.7	Influencer	43
2.7.1	Pengertian <i>Influencer</i>	43
2.7.2	<i>Influencer</i> sebagai Subjek Komunikasi Visual	43
2.7.3	Dinamika Identitas Gender dalam Ranah Influencer	43
2.8	Analisis Semiotika	44
2.8.1	Pengertian Semiotika	44
2.8.2	Teori Semiotika Roland Barthes	45
2.8.3	Semiotika Barthes dan Konsep Representasi	46
2.9	Kerangka Berpikir	48
2.10	Penelitian Terdahulu	48
BAB III	METODE PENELITIAN	52
3.1	Paradigma Penelitian	52
3.2	Pendekatan Penelitian	52
3.3	Tipe dan Dasar Penelitian	52
3.4	Sumber Data	53
3.5	Teknik Pengumpulan Data	53

3.5.1	Teknik Dokumentasi	53
3.6	Struktur Kategorisasi	54
3.7	Teknik Analisis Data	55
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Profil Ian Hugen	58
4.2	Gambaran Umum Akun Media Sosial TikTok @ianhugen	59
4.3	Sajian Tanda Representasi Ian Hugen pada Konten Video TikTok	60
4.4	Pembahasan Hasil Temuan	70
4.4.1	Analisis Kerja Semiotika	70
4.4.2	Mitos yang Dikonstruksikan oleh Ian Hugen	89
BAB V		91
PENUTUP		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA		94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data media sosial yang banyak digunakan di Indonesia tahun 2024	22
Gambar 1.2 FastMoss TikTok Analitik pada kreator konten Ian Hugen	24
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	48
Gambar 4.1 Profil Ian Hugen	58
Gambar 4.2 Profil Instagram kutipan Ian Hugen	59
Gambar 4.3 Profil akun TikTok Ian Hugen	60
Gambar 4.4 Screenshot TikTok	61
Gambar 4.5 Screenshot TikTok	62
Gambar 4.6 Screenshot TikTok	63
Gambar 4.7 Screenshot TikTok	64
Gambar 4.8 Screenshot TikTok	65
Gambar 4.9 Screenshot TikTok	66
Gambar 4.10 Screenshot TikTok	67
Gambar 4.11 Screenshot TikTok	68
Gambar 4.12 Screenshot TikTok	69
Gambar 4.13 Screenshot TikTok	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Semiotika Barthes	46
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Rumusan kategorisasi penerapan identitas diri transgender Ian Huguen pada akun TikTok @ianhugen	55
Tabel 3.2 Kerja Analisis	56
Tabel 3.3 Kerja analisis semiotika	56
Tabel 4.1 Analisis video konten 1	61
Tabel 4.2 Analisis video konten 2	62
Tabel 4.3 Analisis video konten 3	63
Tabel 4.4 Analisis video konten 4	64
Tabel 4.5 Analisis video konten 5	65
Tabel 4.6 Analisis video konten 6	66
Tabel 4.7 Analisis video konten 7	67
Tabel 4.8 Analisis video konten 8	68
Tabel 4.9 Analisis video konten 9	69
Tabel 4.10 Analisis video konten 10	70
Tabel 4.11 Analisis video konten 1	71
Tabel 4.12 Analisis video konten 2	73
Tabel 4.13 Analisis video konten 3	75
Tabel 4.14 Analisis video konten 4	77
Tabel 4.15 Analisis video konten 5	79
Tabel 4.16 Analisis video konten 6	81
Tabel 4.17 Analisis video konten 7	83
Tabel 4.18 Analisis video konten 8	85
Tabel 4.19 Analisis video konten 9	86
Tabel 4.20 Analisis video konten 10	88



DAFTAR PUSTAKA

Novitaria, Valent & Rusdi, Farid. (2021). Analisis Komentar Followers terhadap Identitas Gender Beauty Influencer Laki-Laki di Instagram. *Koneksi*. 5. 252.10.24912/kn.v5i2.10291. https://www.researchgate.net/publication/355045085_Analisis_Komentar_Followers_terhadap_Identitas_Gender_Beauty_Influencer_Laki-Laki_di_Instagram

Anindya, Annisa. (2018). KRISIS MASKULINITAS DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS GENDER PADA AKTIVITAS KOMUNIKASI. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*. 2. 24. 10.25077/rk.2.1.24-34.2018. https://www.researchgate.net/publication/339331535_KRISIS_MASKULINITAS_DALAM_PEMBENTUKAN_IDENTITAS_GENDER_PADA_AKTIVITAS_KOMUNIKASI

Masruroh, I., Esdar, D. P., & Dia, E. E. (2024). Representasi Feminisme pada Karakter Bagas dalam Diri Jessica (Trangender) pada Tayangan Video Tiktok Kajian Analisis Wacana Kritis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5582–5594. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/13264/10173>

Ningrum, Fadillah. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL MELALUI SIKAP. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*. 3. 10.32524/kkjm.v3i2.1154.

Firdausy, Muhammad & Firdausy, Muhammad. (2022). KONSTRUKSI SOSIAL GENDER DI MASYARAKAT. *Gender & Society*. 1. 9. https://www.researchgate.net/publication/362041864_KONSTRUKSI_SOSIAL_GENDER_DI_MASYARAKAT

Rhizky, Deani & Asrita, Stara. (2024). Dekonstruksi Identitas Androgini sebagai Akumulasi Kapital Mikro Selebriti Tik Tok. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*. Vol 7. No 1 206-223. 10.24076/pikma.v7i1.1741. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/1741>

Fitri Andika, Muhammad Fauzi; Indriastuti, Ana; Fithria, Khoirunnisa Nur; Hernanto, Pramudya Ardhika; and Wijayanti, Tutik (2024) "Representation of LGBTQ Identity on Social Media: Multimodality Analysis on Instagram Account @yayasangayanusantara," *JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA*: Vol. 13: No. 2, Article-8. DOI:10.7454/jkmi.v13i2.1232 Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jkmi/vol13/iss2/8>

Fhebrianty, N., & Oktavianti, R. (2019). Representasi Identitas Androgini di Media Sosial. *Koneksi*, 3(1), 274–281. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6227>

Hermawan, Lintang & Malau, Ruth. (2022). Motif Pada Pria Pengguna Fashion Androgini. *JURNAL HERITAGE*. 10. 188-200. 10.35891/heritage.v10i2.3533.

Tengku Walisyah, Bentuk-Bentuk Komunikasi Visual Dalam Periklanan, *Jurnal Komunika Islamika* Vol. 6 No. I 2019 ISSN 2355-7982 https://www.researchgate.net/publication/368087666_Bentuk-Bentuk_Komunikasi_Visual_Dalam_Periklanan

Lautama, Ciawita. (2021). GAYA FASHION ANDROGINI DAN KEMUNCULAN SOSOK NON-BINARY. *MODA*. 3. 1-13. 10.37715/moda.v3i1.1795.

Octaviani, Selly. (2021). Performativitas dan Komodifikasi Androgini di Media Sosial. *Jurnal Kawistara*. 11. 186. 10.22146/kawistara.v11i2.65442.

Pramesthi, Hanum & Arista, Altabella & Swastika, Hanif. (2024). Kebebasan Berekspresi Laki-Laki pada Media Sosial melalui Fashion Androgini. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. 24. 1113. 10.33087/jiubj.v24i2.5089.

Sumardiono, Nawan (2022). Representasi identitas gender *influencer* laki-laki dengan ekspresi gender feminin di Instagram. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*. Vol. 8 (No. 1): 93 - 106 Th 2022. https://www.researchgate.net/publication/365215303_Representasi_identitas_gender_influencer_laki-laki_dengan_ekspresi_gender_feminin_di_Instagram

Aestetika, Nur & Febriana, Poppy. (2023). *Buku Ajar Komunikasi Visual*. 10.21070/2023/978-623-464-063-2. ISBN: 9786234640632

Raturahmi, L., Putri, N. D., Fanaqi, C., & Yatnosaputro, R. U. D. S. (2023). Identitas transgender dalam media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2). <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/download/5586/3373/26095>

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. <https://www.scribd.com/document/703487690/Sugiyono-2019>

Sumardiono, Nawan (2022). Representasi identitas gender influencer laki-laki dengan ekspresi gender feminin di Instagram. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* Vol. 8 (No. 1): 93 - 106 Th 2022 p-ISSN: 2502-0935 e-ISSN: 2615-6423

Firdausiyah, H., Syahreni, J. M., & Kolin, R. R. (2024). Kampanye anti bullying pada konten Instagram @peacegenid: Analisis semiotika multimodal Kress dan van Leeuwen. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(2), 233–246.

Lauzar, Laura Christina & Monica (2013). PERANAN KOMUNIKASI VISUAL BAGI IDENTITAS PERUSAHAAN. *HUMANIORA* Vol.4 No.1 April 2013: 528-538

Walisyah, Tengku (2019). Bentuk-bentuk komunikasi visual dalam periklanan. *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu komunikasi dan Kajian Islam* 6 (1), 33-57. <https://core.ac.uk/download/pdf/266977356.pdf>

Ramadhan, Angger Kurniawan (2024) *KETERBUKAAN DIRI LAKI-LAKI FEMINIM SEBAGAI REPRESENTASI ANDROGINI DI TikTok (Analisa Wacana Kritis dalam Perspektif Gender Trouble)*. Masters thesis, Universitas Muhammadiyah Malang.

Kiswari, Rindiana & Manalu, S.Rouli & Rahardjo, Turnomo (2023). MEMAHAMI PENGUNGKAPAN DIRI INDIVIDU LESBIAN GAY BISEXUAL DAN TRANSGENDER (LGBT) DI MEDIA SOSIAL. *Interaksi Online*, 11(3), 220-234. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/39924>

Andini, Amelia Tri & Yahfizham (2024). Analisis Algoritma Pemrograman dalam Media Sosial terhadap Pola Konsumsi Konten. *Jurnal Arjuna: Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Matematika* Vol. 2 No. 1 Februari 2024 e-ISSN : 3021-8136, p-ISSN : 3021-8144, Hal 286-296

Srikandi, Melati Budi & Suparna, Putu & Haes, Ekaresty Putri (2023). AUDIENS SEBAGAI GATEKEEPER PADA MEDIA SOSIAL. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* Vol. 7 No. 2 Desember 2023 pp. 179-192 P-ISSN 2549-0613, E ISSN 2615-7179

Rahmawati, Nur Himas (2021). "Am I Man Enough?": Diskriminasi Terhadap Identitas Transpria Muda (Studi Analisis Video YouTube Trans Men Talk Indonesia). *Jurnal Studi Pemuda* Volume 10 Nomor 1 Tahun 2021 <http://doi.org/10.22146/studipemudaugm.65214>

Chendra, Giovanni & Candraingrum, Diah Ayu (2021). Konstruksi Sosial Penerimaan Transgender. *Koneksi* EISSN 2598-0785 Vol. 5, No. 2, Oktober 2021, Hal 414-419

Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004)

Butler, J., & Trouble, G. (1990). *Feminism and the Subversion of Identity. Gender trouble*, 3(1), 3-17.

Khairani, N., & Rodiah, I. (2023). Kekuatan Media Sosial untuk Meningkatkan Eksistensi LGBT. *Journal of Feminism and Gender Studies*, 3(2), 107–120.

Yudah, Anindita Ayu Pradipta (2013) Representasi Transgender dan Transeksual dalam Pemberitaan di Media Massa: Sebuah Tinjauan Analisis Wacana Kritis. *Jurnal Kriminologi Indonesia* Volume 9 Nomer 1, Desember 201337-49

Rahmawati, Aulia. (2019). Representasi Transgender (LGBTQ) dalam Media Massa. *Jurnal Spektrum Komunikasi*. 7. 41-47. [10.37826/spektrum.v7i2.44](https://doi.org/10.37826/spektrum.v7i2.44).

Alamsyah, Femi Fauziyah (2020). Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media. *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* p-ISSN 2598-8883 | Vol. 3, No 2, Maret 2020, pp. 92-99 e-ISSN 2615-1243

Paramita, Fransisca Benedicta (2024). Identitas Transgender sebagai *Beauty Influencers* di Instagram. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi* Volume 8, Nomor 2, Desember 2024, hlm 104-113 [h@ps://journal.unpak.ac.id/index.php/apik](https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik)

Azhari, Sartika & Ardiansah, Irfan. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*. 10. 508. [10.24843/JMA.2022.v10.i01.p02](https://doi.org/10.24843/JMA.2022.v10.i01.p02).

https://www.researchgate.net/publication/361733877_Efektivitas_Penggunaan_Media_Sosial_TikTok_Sebagai_Platform_Pemasaran_Digital_Produk_Olahan_Buah_Frutivez_hellofrutivez

Nurlailin, Nurlailin. (2024). Komunikasi Visual dalam Merepresentasikan Citra Diri Difabel di TikTok pada Akun @Jennifernatalie_ (Perspektif Charles Sanders Peirce). *Icon:*

202110040311188
Anisa Putriana Chinta
Prodi Ilmu Komunikasi

Islamic Communication and Contemporary Media Studies. 3. 129-146.
10.35719/icon.v3i2.123.

<https://www.researchgate.net/publication/391144758> Komunikasi Visual dalam Merepresentasikan Citra Diri Difabel di TikTok pada Akun Jennifernatalie Perspektif Charles Sanders Peirce

Fabian, Daniel & Winduwati, Septia. (2023). Interpretasi Personal Branding Ian Huguen dalam Menyuarakan Citra Positif Transgender di Media Sosial Instagram. *Kiwari*. 2. 222-228. 10.24912/ki.v2i2.24002.

<https://www.researchgate.net/publication/372002448> Interpretasi Personal Branding Ian Huguen dalam Menyuarakan Citra Positif Transgender di Media Sosial Instagram/citation/download

