

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Visual dalam Media Sosial

Komunikasi visual adalah proses penyampaian pesan, informasi, atau ide melalui media yang dapat ditangkap oleh indera penglihatan, seperti gambar, diagram, warna, bentuk, tipografi, ilustrasi, dan media visual lainnya. Di dunia modern ini, komunikasi visual menjadi penting karena dapat membantu menyampaikan informasi dengan hal yang lebih besar daripada yang dapat dicapai teks (Walisyah, 2019). Media komunikasi, termasuk media visual, sangat membantu dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat. Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi komunikasi visual ke dalam ranah media sosial, di mana interaksi pengguna didominasi oleh konten visual yang bersifat dinamis dan interaktif.

Media sosial adalah platform digital di mana komunikasi visual mendominasi interaksi pengguna. Komunikasi visual dalam media sosial adalah cara penyampaian pesan menggunakan komponen visual seperti gambar, video, grafis, ikon, teks yang diformat khusus, dan simbol-simbol tertentu yang dimaksudkan untuk menarik perhatian pengguna dan menyampaikan makna dengan lebih cepat, efektif, dan menarik. Komunikasi visual semakin penting di era modern karena adanya media sosial, terutama yang berfokus pada konten visual seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Platform media sosial seperti Instagram, TikTok dan YouTube mengutamakan bentuk komunikasi yang visual dan estetik. Komunikasi visual dalam media sosial sebagai alat ekspresi diri, selain itu juga sebagai medium representasi sosial, pembentukan identitas, dan produksi wacana.

Berikut adalah aspek-aspek penting komunikasi visual dalam media sosial:

2.1.1 Elemen Utama Komunikasi Visual dalam Media Sosial

- a. **Gambar dan Video:** Menurut Barthes, gambar memiliki keunggulan dalam menyampaikan "pesan tanpa kata-kata", yang memungkinkan pengguna dengan cepat memahami makna dan emosi tanpa harus membaca teks, menjadikan media sosial sangat mengutamakan konten yang kaya akan gambar dan video. Video seperti yang ada di TikTok, memungkinkan pembuat

konten mengemas pesan mereka dengan lebih baik karena menambahkan elemen naratif dan dinamis.

- b. Simbol dan Tanda: Simbol dan tanda sangat penting dalam komunikasi visual untuk menunjukkan identitas atau afiliasi. Pengguna media sosial sering menggunakan simbol tertentu, seperti warna pelangi sebagai representasi LGBT, untuk menunjukkan afiliasi atau kelompok.
- c. Teks Visual: Untuk mempertegas pesan atau menarik perhatian, teks di media sosial sering kali dirancang dengan warna, jenis huruf, dan ukuran yang menarik. Desain teks dalam konten visual juga membantu memperjelas makna dan menonjolkan elemen tertentu dari pesan yang disampaikan.

2.1.2 Komunikasi Visual sebagai Representasi Identitas di Media Sosial

Komunikasi visual di media sosial selain bersifat informatif juga berfungsi sebagai sarana ekspresi dan representasi identitas. Dalam konteks media sosial, komunikasi visual menjadi semakin signifikan karena dominasi konten berbasis gambar, video, dan simbol-simbol visual yang secara langsung membentuk persepsi dan interaksi antar pengguna. Goffman (1959) dalam teorinya mengenai *presentation of self* menyatakan bahwa individu menampilkan identitasnya melalui “penampilan” dalam ruang sosial, yang mencakup gestur, pakaian, ekspresi, dan atribut lainnya. Dalam ruang digital, tampilan visual berfungsi bukan hanya untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk merepresentasikan identitas diri.

Di media sosial, komunikasi visual menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas dan citra diri yang diinginkan, terutama bagi kelompok minoritas. Bagi kelompok minoritas, termasuk individu transgender, komunikasi visual menjadi medium strategis untuk menyatakan identitas gender yang sering kali tidak memperoleh ruang dalam struktur sosial tradisional. Melalui visualisasi diri, individu transgender dapat menunjukkan bagaimana mereka memaknai dan mengekspresikan identitas gendernya secara autentik.

Dalam Platform TikTok, sebagai media sosial berbasis konten visual, memberikan ruang yang luas bagi ekspresi identitas tersebut. Konten yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai bentuk artikulasi identitas yang bersifat politis dan sosial. Visualisasi identitas gender dilakukan melalui berbagai

elemen seperti pemilihan busana, penggunaan riasan wajah, ekspresi mimik, bahasa tubuh, serta narasi visual yang dikemas dalam format video pendek.

2.1.3 *Visual Storytelling* (Narasi Visual)

Visual storytelling atau narasi visual merupakan teknik penyampaian cerita yang melibatkan penggabungan gambar, video, teks, dan simbol untuk membentuk dan menceritakan alur naratif yang komunikatif dan bermakna. Dalam konteks media sosial, teknik ini mengalami perkembangan signifikan seiring dengan meningkatnya penggunaan platform berbasis konten visual seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Platform-platform tersebut memungkinkan narasi visual menjadi lebih interaktif, dinamis, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Media sosial memungkinkan pengguna transgender untuk menarasikan perjalanan hidup mereka melalui bentuk visual yang menarik dan mudah dicerna (Raun, 2018). Narasi visual yang ditampilkan berfungsi sebagai ekspresi personal dan sebagai sarana representasi identitas dan edukasi publik. Melalui konten visual, individu transgender dapat membagikan pengalaman transisi, menghadapi stigma sosial, serta membangun pemahaman yang lebih luas tentang keberagaman gender.

Pada platform TikTok, *visual storytelling* sering kali dikemas dalam durasi singkat antara 15 hingga 60 detik, dengan memanfaatkan elemen-elemen kehidupan sehari-hari, proses transformasi identitas, serta narasi personal yang disusun secara estetis. Musik latar, teks yang diformat secara kreatif, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh menjadi komponen penting dalam membentuk makna dan emosi dalam cerita yang disampaikan. Narasi visual seperti ini tidak hanya meningkatkan interaksi dengan audiens, tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan sosial dan identitas.

2.1.4 Interaksi Audiens dengan Konten Visual

Komunikasi visual dalam media sosial tidak bersifat satu arah, melainkan mengedepankan interaktivitas antara pembuat konten dan audiens. Melalui fitur-fitur seperti "*like*", "*share*", dan "*comment*", pengguna media sosial memiliki kesempatan untuk memberikan respons langsung terhadap konten visual yang mereka konsumsi. Interaksi ini menciptakan ruang dialog yang memungkinkan terjadinya pertukaran makna, interpretasi, dan afeksi secara *real-time*.

Duguay (2016) menyatakan bahwa keterlibatan audiens dalam komunikasi visual memperkuat fungsi representasional media sosial sebagai arena artikulasi identitas dan ekspresi sosial. Respons yang diberikan oleh audiens tidak hanya bersifat pasif, melainkan turut membentuk narasi dan persepsi terhadap konten yang ditampilkan. Platform TikTok, misalnya, memungkinkan pengguna untuk merespons video orang lain melalui komentar teks maupun video. Fitur tersebut menambahkan lapisan baru pada komunikasi visual melalui bentuk komentar atau reaksi video. Interaksi semacam ini memperkaya percakapan publik mengenai identitas gender, penerimaan sosial, dan keberagaman ekspresi diri.

2.1.5 Algoritma dan Distribusi Visual Konten di Media Sosial

Algoritma pada platform media sosial berperan sebagai mekanisme utama dalam menentukan distribusi dan keterpaparan konten visual. Algoritma bekerja dengan menganalisis preferensi pengguna, pola interaksi, serta karakteristik konten untuk merekomendasikan materi yang dianggap relevan dan menarik. Proses tersebut tidak hanya mempengaruhi pengalaman pengguna secara personal, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan dan perubahan representasi sosial secara lebih luas.

TikTok merupakan media sosial berbasis video pendek yang paling populer, TikTok mengimplementasikan sistem algoritma yang secara aktif menyaring dan menyebarkan konten berdasarkan minat serta perilaku pengguna. Algoritma TikTok memungkinkan konten visual yang berkaitan dengan identitas gender, termasuk narasi transgender, untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Zulli & Zulli (2020) menyebutkan bahwa algoritma ini mendorong keterpaparan konten visual yang lebih besar, membuat representasi gender yang autentik dapat diakses lebih luas dan membuka ruang diskusi yang lebih dalam bagi banyak pengguna. Dengan meningkatnya akses terhadap konten yang merepresentasikan keberagaman gender, audiens memiliki kesempatan untuk terlibat dalam percakapan yang lebih mendalam mengenai isu-isu identitas, inklusif, dan penerimaan sosial.

2.1.6 Tantangan Komunikasi Visual bagi Kelompok Minoritas di Media Sosial

Sementara komunikasi visual memberi kesempatan bagi kelompok transgender untuk menampilkan identitas mereka, mereka juga menghadapi tantangan, seperti stereotip dan stigma dari audiens. Schudson (1997) menyatakan bahwa elemen visual

dapat dimaknai berbeda oleh audiens yang beragam. Ini berarti bahwa upaya visual untuk mengekspresikan identitas transgender dapat disalahartikan atau dikomentari secara negatif, sehingga komunikasi visual di media sosial juga membutuhkan kejelasan dan kesadaran akan audiens yang beragam.

2.2 Media Sosial sebagai Ruang Representasi

2.2.1 Konsep Representasi di Media Sosial

Representasi dalam media sosial merujuk pada bagaimana individu atau kelompok menyajikan identitas dan citra diri mereka secara langsung kepada publik. Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah proses di mana makna dan identitas dikonstruksi melalui simbol-simbol yang bisa ditangkap dan dipahami oleh masyarakat. Pada media sosial, representasi ini tidak lagi hanya dikontrol oleh media arus utama; individu sekarang memiliki kekuatan untuk mengelola citra diri mereka sendiri dan menyuarakan identitas yang mereka pilih. Berbeda dari media konvensional yang sering kali menggambarkan kelompok tertentu, seperti transgender, dengan stereotip atau stigma negatif, media sosial memberi ruang bagi individu untuk menunjukkan versi autentik diri mereka tanpa sensor pihak ketiga.

Media sosial memberikan ruang bagi beragam kelompok untuk menampilkan dan mendefinisikan identitas mereka secara lebih dinamis. Platform seperti TikTok dan Instagram menjadi medium dimana pengguna dapat membagikan narasi visual, dari gambar hingga video pendek, yang berfungsi sebagai bentuk pernyataan identitas diri. Butler (1990) menyebutkan bahwa identitas gender adalah performatif, dan di media sosial, individu dapat menampilkan aspek performatif dari gender dan identitas mereka melalui beragam fitur visual yang disediakan oleh platform tersebut.

2.2.2 Fitur Interaktif di Media Sosial yang Mendukung Representasi

Fitur interaktif di media sosial, seperti *"like," "share," "comment,"* serta kemampuan untuk merespons secara visual, memungkinkan pengguna untuk menciptakan ruang diskusi, mendapatkan umpan balik, dan membangun komunitas di seputar representasi mereka. Menurut Boyd (2008), media sosial adalah ruang publik yang interaktif, di mana individu dapat mengonstruksi dan berbagi identitas mereka kepada audiens yang luas serta mendapatkan respons langsung dari audiens.

Platform seperti TikTok, misalnya, memungkinkan pengguna untuk membuat konten yang melibatkan efek visual, filter, teks, musik, dan narasi yang dinamis. Fitur seperti duet atau *stitching* pada TikTok memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi, merespons, atau menambahkan sudut pandang terhadap konten orang lain. Ini memperkuat representasi identitas dengan menambahkan lapisan interaksi yang memungkinkan audiens terlibat langsung dengan konten yang mereka konsumsi. Dengan demikian, representasi tidak hanya hadir dalam bentuk konten yang ditampilkan, tetapi juga dalam keterlibatan dan dukungan audiens.

2.2.3 Peluang Media Sosial bagi Kelompok Minoritas

Media sosial menawarkan peluang besar bagi kelompok minoritas, termasuk komunitas transgender, untuk menampilkan identitas mereka secara autentik. Media sosial memberikan akses ke ruang yang memungkinkan individu dari kelompok minoritas untuk menampilkan dan menyebarkan representasi diri mereka kepada audiens yang lebih luas, tanpa adanya kontrol atau penyensoran dari institusi media konvensional. Ini sangat penting bagi kelompok transgender, yang sering kali kurang terwakili atau direpresentasikan secara tidak akurat dalam media massa tradisional (Duguay, 2016).

Di platform seperti TikTok, pengguna transgender dapat menampilkan identitas mereka tanpa harus mengikuti norma dan standar sosial yang ada di dunia nyata. Mereka dapat berbagi pengalaman pribadi mereka, seperti cerita transisi gender, perjuangan melawan stigma, dan pencarian penerimaan diri, yang berfungsi untuk mengedukasi audiens dan mengikis stereotip negatif. Media sosial juga memungkinkan kelompok transgender untuk menemukan komunitas yang mendukung, yang memberi mereka ruang untuk bertukar pengalaman dan memberikan dukungan emosional satu sama lain. Hal ini membantu mereka merasa lebih diterima dan memiliki tempat di masyarakat digital.

2.2.4 Peran Algoritma dalam Distribusi Representasi

Algoritma media sosial berperan signifikan dalam menyebarkan representasi identitas kepada audiens yang lebih luas. Zulli & Zulli (2020) mencatat bahwa algoritma dapat menjadi alat yang sangat kuat dalam meningkatkan visibilitas konten, terutama jika konten tersebut sesuai dengan minat pengguna. Di TikTok, algoritma merekomendasikan konten berdasarkan perilaku pengguna, sehingga

memungkinkan konten transgender untuk dilihat oleh audiens yang mungkin belum sepenuhnya memahami isu-isu transgender atau terbuka terhadap identitas non-normatif.

Namun, algoritma juga memiliki keterbatasan, karena cenderung memperkuat tren yang disukai mayoritas audiens, sehingga konten dari komunitas minoritas yang tidak populer bisa saja tersisih. Di beberapa negara, algoritma juga bisa diprogram untuk menyaring atau memblokir konten yang tidak sesuai dengan norma sosial atau hukum lokal, yang bisa membatasi representasi kelompok transgender dan menghambat upaya mereka untuk menciptakan ruang yang inklusif.

2.2.5 Tantangan Representasi di Media Sosial

Meskipun media sosial menyediakan ruang yang lebih terbuka, representasi di media sosial masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah misinterpretasi atau komentar negatif dari audiens yang belum memahami identitas transgender atau yang memandang gender melalui lensa konservatif. Seperti dijelaskan oleh Schudson (1997), komunikasi visual di media sosial dapat ditafsirkan secara berbeda oleh audiens dengan latar belakang dan pandangan yang berbeda, yang bisa menimbulkan respons negatif terhadap konten transgender.

Selain itu, kelompok transgender sering menghadapi pelecehan dan serangan verbal di media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa konten transgender seringkali ditandai sebagai "tidak pantas" oleh audiens tertentu, yang dapat mengarah pada pemblokiran atau penghapusan oleh platform. Ini menjadi tantangan signifikan, terutama di negara-negara dengan budaya dan hukum yang konservatif, di mana ekspresi identitas gender yang non-normatif seringkali dianggap tabu.

2.2.6 Dampak Media Sosial terhadap Persepsi Publik tentang Identitas Gender

Representasi yang autentik dan personal di media sosial memiliki peran penting dalam membentuk cara pandang publik terhadap kelompok transgender. Meyer & Schober (2020) menyebutkan bahwa paparan berulang terhadap konten positif dan realistis tentang identitas gender dapat mengurangi prasangka dan meningkatkan penerimaan publik terhadap kelompok transgender. Media sosial memungkinkan audiens untuk melihat transgender sebagai individu yang memiliki kehidupan, aspirasi, dan tantangan yang sama dengan orang lain.

TikTok, misalnya, telah menjadi platform di mana pengguna transgender dapat menciptakan narasi visual yang membantu membangun pemahaman yang lebih baik tentang identitas gender yang beragam. Melalui cerita-cerita yang personal dan emosional, media sosial membantu mengikis stereotip dan membangun citra yang lebih inklusif dan manusiawi tentang transgender. Representasi ini berkontribusi terhadap perubahan sosial yang bertahap, di mana masyarakat menjadi lebih terbuka terhadap keberagaman gender.

2.3 Platform Media Sosial TikTok

2.3.1 Definisi Platform Media Sosial TikTok

TikTok salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang saat ini berkembang pesat dan sangat populer khususnya di kalangan generasi Z. Aplikasi ini memungkinkan pengguna dalam mengunggah dan membagikan video pada akun yang dimilikinya dengan durasi 15 detik hingga 10 menit. Dengan fitur pendukung dalam membuat video seperti adanya tambahan musik, filter, dan efek visual yang disediakan dapat memberikan kesan yang ingin disampaikan pengguna. Karakteristik utama TikTok adalah sistem algoritma *For Your Page (FYP)* yang menampilkan konten sesuai minat dan interaksi pengguna, sehingga memberikan peluang besar bagi siapa saja, termasuk kelompok kecil untuk menjangkau audiens luas.

Aplikasi TikTok pertama kali diperkenalkan pada tahun 2016 oleh sebuah perusahaan yang berbasis di Tiongkok (Azhari & Ardiansah, 2022). Platform ini dengan cepat menjadi media sosial terkemuka yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri secara kreatif melalui konten video (Arrofi, 2019). TikTok merupakan sebuah platform sosial inovatif yang mengintegrasikan unsur kreativitas, narasi personal, serta hiburan. Selain sebagai sarana untuk berbagi klip video, pada dasarnya TikTok juga berfungsi sebagai medium untuk mengartikulasikan identitas. Hal ini dicapai melalui pembentukan makna budaya, simbolik, dan ideologis yang secara dinamis direalisasikan melalui elemen audio dan visual.

2.3.2 Komunikasi Visual di TikTok

TikTok memanfaatkan format video pendek yang dibuat secara kreatif, ekspresif, serta mudah dipahami dengan menambahkan musik latar, teks, animasi, gambar, filter, warna, dan ekspresi wajah. Menurut Rose (2016), komunikasi visual

dalam konteks media digital bukan hanya soal tampilan, tetapi juga menyangkut cara visual diproduksi, dikonsumsi, dan dimaknai oleh audiens. Oleh karena itu, setiap elemen visual dalam video TikTok dapat dianalisis sebagai tanda-tanda yang mengandung pesan dan ideologi tertentu.

Beberapa aspek penting komunikasi visual di TikTok:

- Dominasi Elemen Visual

Pengguna TikTok menyampaikan video singkat yang mereka buat menggunakan elemen visual, seperti simbol, warna, logo, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh. Elemen ini memperkuat identitas, membangun suasana serta memudahkan audiens memahami pesan tanpa perlu narasi secara verbal.

- Gaya Editing dan Efek

Adanya transisi cepat, teks animasi, filter khas, serta *background* populer membuat konten lebih menarik dan mudah dibagikan. Editing kreatif menjadi daya tarik utama dan dapat membedakan satu konten dengan konten yang lain.

- Narasi Visual Tanpa Kata

Saat ini banyak tren komunikasi di TikTok khususnya kalangan Gen Z, mengandalkan “*silent communication*” yakni berkomunikasi tanpa kata-kata, cukup dengan foto, video, atau emoji.

- Interaksi Audiens

Selain menonton, pengguna bisa memberikan respon lewat komentar, *like*, atau membuat video balasan (*duet/stitch*), sehingga terjadi pertukaran pesan visual dua arah.

- Keberagaman Konten

Konten-konten yang dibuat oleh penggunanya cukup beragam sesuai dengan kreativitas dan tujuannya. Berbagai macam konten yang dihasilkan seperti konten hiburan, edukasi, promosi, kampanye politik, *lifestyle*, hingga advokasi sosial.

- Viralitas dan *User Generated Content*

Konten visual yang unik dan menarik mudah menjadi viral karena dapat dibagikan ulang oleh pengguna lain, memperluas jangkauan pesan secara organik.

Dalam konteks representasi identitas gender, komunikasi visual di TikTok menjadi arena performatif yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan, membentuk, dan menegosiasikan identitas mereka secara publik. Hal ini sejalan dengan pandangan Butler (1990) mengenai *gender performativity*, di mana gender dimaknai sebagai hasil konstruksi sosial yang ditampilkan melalui tindakan berulang dan simbolik.

2.4 Identitas Gender dan Representasi Transgender

Gender dikonseptualisasikan sebagai manifestasi bagaimana seseorang menampilkan seksualitasnya. Sebagai contoh, individu laki-laki mengartikulasikan seksualitasnya akan berkontribusi pada penentuan identitas gendernya. Prinsip ini berlaku universal untuk seluruh individu (Ball, 2021). Berbeda dengan jenis kelamin, yang merupakan klasifikasi biologis yang membedakan antara laki-laki dan perempuan, gender merujuk pada karakteristik perilaku, sosiokultural, dan psikologis yang secara konstruktif dibentuk oleh masyarakat untuk mengekspresikan feminitas, yang kerap dikaitkan dengan perempuan, serta maskulinitas bagi laki-laki.

Identitas gender sendiri merupakan manifestasi diri individu mengenai jati dirinya sebagai maskulin, feminin, atau gabungan dari keduanya (Morrow & Messinger, 2006). Namun demikian, terdapat fenomena di mana individu yang secara biologis adalah laki-laki menunjukkan ekspresi gender yang tidak maskulin, bahkan cenderung lebih feminin dibandingkan persepsi umum mengenai laki-laki (Seale & Patrick, 1987). Konsekuensinya, meskipun secara lahiriah berjenis kelamin laki-laki, ekspresi gender yang dipertontonkan dapat bersifat feminin.

Butler (1990) menyatakan bahwa identitas gender tidak ditentukan oleh tubuh biologis seseorang. Pembagian antara maskulinitas dan feminitas merupakan hasil konstruksi sistem biner jenis kelamin yang berlaku dalam masyarakat. Meskipun jenis kelamin dipahami sebagai kondisi biologis yang diperoleh sejak lahir, cara individu memaknai dan mengekspresikan dirinya sebagai maskulin atau feminin merupakan pilihan dan proses sosial yang dijalani individu tersebut. Oleh karena itu, seseorang tidak dapat secara otomatis diasumsikan memiliki identitas gender tertentu hanya berdasarkan jenis kelamin biologisnya. Dengan demikian, identitas gender bersifat konstruktif dan terbentuk melalui praktik sosial serta representasi yang ditampilkan individu dalam kehidupan sehari-hari.

2.4.1 Tiktok sebagai Ruang Representasi Identitas Gender

TikTok memberi ruang yang relatif bebas bagi para penggunanya untuk menampilkan keberagaman identitas, termasuk identitas gender non-biner dan transgender. Melalui konten visual seperti transformasi fisik, narasi personal, dan ekspresi diri, pengguna transgender dapat merepresentasikan perjalanan identitas mereka, membangun koneksi emosional dengan audiens, serta memperjuangkan legitimasi sosial atas keberadaan mereka (Raun, 2018).

Influencer transgender seperti Ian Huguen memanfaatkan TikTok sebagai ruang visibilitas dan afirmasi identitas. Konten-konten yang diunggah tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga menyampaikan narasi simbolik mengenai tubuh, ekspresi diri, dan penerimaan sosial. Oleh karena itu, analisis semiotika menjadi metode yang relevan untuk mengungkap makna tersembunyi dalam tanda-tanda visual yang ditampilkan dalam video TikTok Ian Huguen.

2.5 Transgender

2.5.1 Definisi dan Pemahaman Transgender

Istilah “transgender” merujuk pada individu yang memiliki identitas gender yang tidak selaras dengan jenis kelamin yang ditetapkan sejak lahir. Menurut *American Psychological Association* (APA, 2015), transgender adalah istilah payung yang mencakup berbagai ekspresi dan identitas gender, mulai dari individu yang sepenuhnya bertransisi ke identitas gender yang mereka pilih hingga mereka yang mungkin memilih untuk tidak mengidentifikasi diri dalam gender biner (pria atau wanita).

Butler (1990) dalam bukunya *Gender Trouble* menekankan bahwa identitas gender bersifat performatif dan tidak statis, artinya identitas gender tidak sepenuhnya ditentukan oleh karakteristik biologis, tetapi lebih merupakan hasil dari serangkaian tindakan dan representasi yang dikonstruksi secara sosial. Dalam konteks ini, identitas transgender muncul sebagai salah satu bentuk perlawanan terhadap norma gender tradisional yang menganggap gender bersifat tetap dan biner.

2.5.2 Sejarah dan Perkembangan Identitas Transgender

Di dunia Barat, identitas transgender mulai dikenal secara lebih luas pada abad ke-20. Sebelum itu, individu yang mengekspresikan identitas gender non-biner atau bertransisi sering kali mendapat stigma dan dikaitkan dengan gangguan kesehatan

mental. Namun, perkembangan gerakan hak asasi manusia pada 1960-an dan 1970-an, serta munculnya konsep kesetaraan gender, mengubah pandangan masyarakat terhadap kelompok transgender.

Di Indonesia, identitas gender selain laki-laki dan perempuan sebenarnya sudah lama dikenal, terutama melalui sosok *waria* dan kelompok gender lainnya seperti *bissu* di Bugis. Namun, perkembangan identitas transgender di Indonesia mengalami tantangan besar karena nilai-nilai budaya dan agama yang cenderung konservatif. Menurut Nanda (2014), dalam masyarakat Indonesia, menjadi transgender sering kali berarti menghadapi diskriminasi sosial dan ekonomi yang signifikan, yang berdampak pada sulitnya kelompok ini untuk diakui dan diterima di masyarakat umum.

2.5.3 Pengalaman Diskriminasi dan Tantangan Sosial bagi Transgender

Individu transgender di berbagai negara, termasuk Indonesia, sering mengalami diskriminasi yang meliputi berbagai aspek kehidupan, seperti pendidikan, pekerjaan, kesehatan, dan perlakuan sosial. Menurut Meyer (2003), diskriminasi terhadap kelompok transgender berkontribusi pada apa yang disebut "*minority stress*," yaitu tekanan psikologis akibat perlakuan diskriminatif yang terus-menerus dialami oleh individu dari kelompok minoritas. Diskriminasi ini sering kali menghambat mereka dalam mencapai kesejahteraan yang sama seperti yang dirasakan kelompok mayoritas.

Di Indonesia, diskriminasi terhadap transgender banyak terjadi dalam bentuk pengecualian sosial, pelecehan verbal, dan kekerasan fisik. Penelitian Nilan (2020) menunjukkan bahwa kelompok transgender Indonesia seringkali mengalami stigma kuat, terutama karena pandangan masyarakat yang mengaitkan identitas transgender dengan "penyimpangan" dari norma agama dan sosial. Hal ini berpengaruh langsung terhadap kesehatan mental mereka, serta peluang ekonomi dan sosial yang tersedia bagi mereka.

2.5.4 Representasi Transgender di Media Tradisional dan Dampaknya

Representasi transgender di media konvensional cenderung tidak akurat atau memperkuat stereotip negatif, terutama di negara-negara yang konservatif. Representasi yang negatif sering kali menciptakan stigma yang mempersulit masyarakat umum untuk menerima keberadaan transgender sebagai bagian yang sah dalam keberagaman gender. Menurut penelitian oleh Tilsen dan Nylund (2010), representasi yang salah di media arus utama sering kali menggambarkan transgender

sebagai sosok yang “bermasalah” atau “aneh,” sehingga memperkuat persepsi negatif publik.

Di Indonesia, media arus utama sering kali menggambarkan transgender dalam konteks yang sensasional, seperti dalam tayangan komedi atau acara hiburan yang justru memperkuat stereotip negatif. Hal ini berdampak pada pandangan masyarakat yang sulit membedakan antara identitas transgender sebagai bagian dari realitas keberagaman gender, dengan representasi yang dibuat semata-mata untuk hiburan. Nanda (2014) menunjukkan bahwa ketika media massa merepresentasikan transgender dengan cara yang tidak akurat, hal ini cenderung mengurangi empati dan pemahaman masyarakat terhadap realitas dan tantangan yang dihadapi oleh kelompok transgender.

2.5.5 Peran Media Sosial dalam Ruang Representasi Transgender

Media sosial telah menjadi alat penting bagi komunitas transgender untuk merepresentasikan diri mereka sendiri secara autentik, mengedukasi audiens, dan membangun komunitas yang suportif. Duguay (2016) menyatakan bahwa media sosial memberi individu transgender kesempatan untuk mempublikasikan konten mereka sendiri dan mengontrol narasi tentang identitas mereka, yang sering kali jauh lebih realistis dan positif daripada representasi yang disajikan di media konvensional.

Platform seperti TikTok dan Instagram memungkinkan individu transgender untuk berbagi pengalaman pribadi, proses transisi, serta tantangan dan kebahagiaan mereka sebagai bagian dari komunitas. Melalui fitur-fitur seperti video pendek, foto, dan teks, media sosial memungkinkan representasi identitas gender yang lebih kompleks dan autentik. Ini penting karena memberi ruang bagi publik untuk lebih memahami dan menghargai keberagaman gender, sehingga mengurangi stigma dan diskriminasi terhadap transgender.

Di Indonesia, media sosial memberi kesempatan bagi kelompok transgender untuk menemukan dukungan dari sesama pengguna, terutama bagi generasi z yang terbuka terhadap isu keberagaman gender. Namun, konten transgender di media sosial masih menghadapi tantangan, seperti sensor atau komentar negatif dari pengguna lain yang memiliki pandangan konservatif. Kendati ada tantangan ini, representasi transgender yang lebih autentik di media sosial tetap berperan besar dalam mengedukasi publik dan mengikis prasangka yang sudah lama ada.

2.5.6 Pengaruh Representasi Transgender di Media Sosial terhadap Persepsi Publik

Keberadaan individu transgender di media sosial membantu mengubah pandangan publik terhadap kelompok ini, terutama di kalangan generasi muda. Media sosial memungkinkan individu transgender untuk menunjukkan diri mereka sebagai individu yang “normal” dengan kehidupan yang memiliki berbagai aspek, sama seperti kelompok masyarakat lainnya. Representasi ini memberi ruang bagi publik untuk melihat transgender dari perspektif yang lebih manusiawi dan kurang stereotipis, sehingga berpotensi mengurangi prasangka dan stigma (Raun, 2018).

Meyer & Schober (2020) menunjukkan bahwa paparan terhadap konten transgender yang positif dan realistis dapat mempengaruhi sikap audiens, terutama jika konten tersebut menggambarkan pengalaman hidup dan tantangan yang dihadapi secara jujur. Dengan demikian, representasi transgender di media sosial bukan hanya memberi manfaat bagi individu transgender itu sendiri, tetapi juga membantu membangun pemahaman dan penerimaan publik terhadap keberagaman gender yang lebih luas.

2.6 Representasi Transgender di Media Sosial

2.6.1 Konsep Representasi di Media

Representasi adalah bagaimana suatu kelompok atau identitas digambarkan dan dipersepsikan melalui media. Stuart Hall (1997) mendefinisikan representasi sebagai proses pemaknaan yang dibangun dan disebarkan ke dalam masyarakat melalui tanda dan simbol yang ditampilkan media. Dalam konteks media sosial, representasi ini menjadi lebih dinamis dan demokratis, karena individu dapat secara langsung menunjukkan citra dan narasi diri mereka sendiri tanpa melalui filter pihak ketiga.

Untuk komunitas transgender, representasi di media sosial memungkinkan mereka menghadirkan identitas mereka sendiri, tidak lagi bergantung pada representasi tradisional yang sering kali memperkuat stereotip atau stigma negatif. Menurut Butler (1990), identitas gender adalah performatif, dan media sosial memberi ruang bagi individu transgender untuk melakukan performa gender yang autentik dan sesuai dengan identitas mereka melalui berbagai bentuk konten visual, seperti foto, video, dan teks.

2.6.2 Media Sosial sebagai Ruang Representasi Transgender

Media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube menawarkan platform bagi komunitas transgender untuk membagikan pengalaman pribadi mereka dan mendobrak batasan gender tradisional. Duguay (2016) menyebutkan bahwa media sosial menyediakan ruang di mana kelompok minoritas, termasuk transgender, dapat mengekspresikan identitas mereka secara lebih bebas. Hal ini memungkinkan transgender untuk mengontrol narasi yang mengelilingi identitas mereka, mengubah citra dan persepsi publik melalui konten visual yang mereka ciptakan.

Di Indonesia, TikTok menjadi platform yang populer di kalangan Gen Z, termasuk individu transgender. Di TikTok, komunitas transgender dapat membangun representasi yang lebih akurat tentang diri mereka, misalnya melalui konten yang menggambarkan perjalanan transisi, tantangan sosial, hingga momen keseharian mereka. Dengan cara ini, mereka dapat menunjukkan sisi humanis yang sering kali tidak terlihat dalam representasi tradisional di media konvensional.

2.6.3 Narasi Autentik melalui Konten Pribadi

Media sosial memungkinkan pengguna transgender untuk membangun narasi autentik yang jauh lebih personal dan intim. Konten di platform seperti TikTok memungkinkan individu transgender untuk berbagi cerita mengenai transisi mereka, perjuangan untuk mendapatkan penerimaan diri dan keluarga, serta kisah-kisah inspiratif lainnya. Menurut Raun (2016), platform ini memberikan otonomi bagi komunitas transgender untuk mengkonstruksi narasi mereka sendiri, berbeda dengan media konvensional yang sering kali mendistorsi atau memberikan stigma pada identitas transgender.

Narasi autentik ini memungkinkan audiens untuk lebih memahami perjuangan dan pengalaman unik yang dialami komunitas transgender, sekaligus mengurangi jarak sosial antara komunitas ini dengan masyarakat umum. Komunikasi visual berbentuk video yang singkat namun personal dapat menimbulkan empati dan memperluas pemahaman audiens terhadap transgender sebagai individu dengan berbagai pengalaman hidup, bukan sekadar stereotip.

2.6.4 Peluang Media Sosial dalam Mengubah Persepsi Publik

Media sosial membuka peluang besar bagi representasi transgender yang lebih inklusif. Boyd (2008) mengatakan bahwa media sosial merupakan ruang publik yang memungkinkan interaksi dan dialog antar kelompok yang berbeda, sehingga memberi kesempatan kepada audiens untuk mempelajari dan memahami identitas transgender melalui kontak langsung. Dengan meningkatnya kesadaran akan keberagaman identitas gender di kalangan generasi muda, media sosial seperti TikTok membantu membentuk perspektif yang lebih positif dan inklusif terhadap transgender.

Di platform seperti TikTok, algoritma bekerja untuk menyebarkan konten yang sesuai dengan minat pengguna, memungkinkan konten transgender untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk individu yang mungkin belum memiliki pemahaman penuh mengenai identitas transgender. Hal ini sejalan dengan temuan Zulli & Zulli (2020), yang menunjukkan bahwa algoritma media sosial dapat menjadi alat yang ampuh dalam meningkatkan eksposur dan kesadaran akan isu-isu gender dan identitas minoritas.

2.6.5 Tantangan Representasi Transgender di Media Sosial

Meskipun ada peluang besar, representasi transgender di media sosial juga menghadapi tantangan yang signifikan. Komentar negatif, misinterpretasi, dan bahkan serangan verbal sering kali dialami oleh pengguna transgender. Schudson (1997) menjelaskan bahwa pesan visual yang dikomunikasikan dapat memiliki interpretasi berbeda tergantung pada audiens yang melihatnya. Di Indonesia, konten transgender di TikTok atau platform lain sering kali menjadi sasaran komentar yang menghakimi atau bahkan dihapus karena tidak sesuai dengan norma sosial.

Selain itu, komunitas transgender di media sosial sering kali harus menghadapi masalah penyensoran dari platform itu sendiri, terutama terkait konten yang dianggap "tidak pantas." Beberapa studi (Nilan, 2020) menunjukkan bahwa konten transgender bisa diblokir atau diturunkan lebih cepat, terutama di negara-negara dengan norma budaya yang konservatif. Ini menjadi tantangan bagi komunitas transgender untuk tetap dapat menyuarakan diri mereka secara bebas dan aman.

2.7 *Influencer*

2.7.1 Pengertian *Influencer*

Influencer merujuk pada individu yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini, sikap, maupun perilaku audiens melalui platform digital, terutama media sosial (Freberg *et al.*, 2011). Melalui postingan foto, video, *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan interaksinya dengan audiens di media sosial, *influencer* mampu memberikan dampak bagi pengikutnya (Anjani *et al.*, 2020). Pengaruh ini bisa dalam bentuk perubahan sikap, minat, atau tindakan, sesuai dengan konten dan interaksi yang mereka lakukan. *Influencer* media sosial adalah individu yang dipandang sebagai Pemimpin Opini di platform media sosial dalam topik minat tertentu seperti Kecantikan, Makanan, Gaya Hidup, *Fashion* (Burns, 2018).

Influencer biasanya memiliki banyak pengikut dan kredibilitas dalam bidang tertentu, sehingga mereka memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik dan mempengaruhi tren sosial. Dalam media sosial, *influencer* berfungsi sebagai figur panutan atau role model, dan juga sebagai agen komunikasi yang menghubungkan pesan dengan khalayak antara merek, ideologi, atau identitas tertentu (Abidin, 2016).

2.7.2 *Influencer* sebagai Subjek Komunikasi Visual

Influencer berperan dalam menyebarkan gagasan atau argumen dan membentuk opini publik. Mereka dapat menciptakan paradigma baru dalam masyarakat tentang sesuatu. Kehadiran *influencer* di media sosial tidak hanya dibentuk oleh konten verbal, melainkan juga visual, seperti foto, video, dan elemen estetika lainnya. Komunikasi visual menjadi medium utama bagi *influencer* untuk merepresentasikan identitas diri, termasuk identitas gender. Dalam hal ini, visualisasi menjadi sarana performatif dimana *influencer* menampilkan dan membentuk citra diri secara publik (Marwick, 2015). Hal ini memperlihatkan bahwa representasi visual tidak bersifat netral, melainkan sarat akan konstruksi sosial dan budaya.

2.7.3 Dinamika Identitas Gender dalam Ranah *Influencer*

Saat ini media sosial menjadi berkembang dengan salah satu nya muncul *influencer* dari kelompok minoritas gender seperti transgender. *Influencer* transgender menggunakan platform digital dengan baik sebagai ruang dan sarana dalam

mengekspresikan identitas gender secara otentik serta melawan narasi dominan yang seringkali memojokkan keberadaan mereka (Raun, 2016). Melalui praktik *self-branding dan storytelling* yang bersifat personal, *influencer* transgender mampu merepresentasikan perjalanan identitas mereka dan membangun koneksi emosional dengan pengikutnya.

2.8 Analisis Semiotika

2.8.1 Pengertian Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda dipahami sebagai sesuatu yang, berdasarkan kesepakatan sosial, dapat merepresentasikan hal lain. Contohnya, asap dapat dimaknai sebagai tanda adanya api, sedangkan bunyi sirine menandakan situasi darurat seperti kebakaran. Secara terminologis, semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tanda-tanda dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk objek, peristiwa, dan kebudayaan. Dalam analisis semiotika, peneliti berupaya mengungkap makna yang tersembunyi di balik tanda-tanda yang muncul dalam teks, iklan, maupun berita. Sistem tanda sangat bergantung pada konteks serta subjek yang menggunakannya, karena pemaknaan tanda dipengaruhi oleh konstruksi sosial tempat individu tersebut berada (Kriyantono, 2006). Adapun maksud “tanda” menurut Peirce dalam Fiske, membedakan tanda dalam beberapa penjelasan, antara lain:

- 1) Lambang, adalah suatu tanda yang menunjukkan hubungan antara tanda dan maknanya merupakan yang sudah disepakati bersama. Lambang ini adalah tanda yang dibentuk karena adanya kesepakatan dari orang-orang yang menggunakan tanda tersebut. Misalnya, warna merah bagi masyarakat Indonesia adalah lambang berani, tetapi mungkin tidak sama di Amerika.
- 2) Ikon, adalah tanda yang punya hubungan antara tanda dan maknanya karena ada kemiripan. Jadi, ikon adalah bentuk tanda yang dalam berbagai bentuk menyerupai objek dari tanda tersebut. Contohnya, patung kuda adalah ikon yang menggambarkan seekor kuda.
- 3) Indeks, adalah tanda yang hubungannya dengan maknanya muncul karena kedekatan fisik. Jadi, indeks adalah suatu tanda yang memiliki hubungan langsung dengan objeknya. Asap merupakan indeks yang menunjukkan adanya api.

Adapun hubungan pikiran dengan jenis pertandanya (Alex Sobur, 2004), yaitu:

- 1) *Rheme or seme*: penanda yang bertalian dengan mungkin terpahaminya objek pertanda bagi penafsir;
- 2) *Dicent or decisign or pheme*: penanda yang menampilkan informasi tentang petandanya;
- 3) *Argument*: penanda yang petandanya akhir bukan suatu benda tetapi kaidah.

Terdapat sembilan macam semiotik yang dikenali (Sobur, 2002), yaitu:

- 1) Semiotika analitik adalah cara untuk memahami sistem tanda. Peirce mengatakan bahwa semiotik berkaitan dengan tanda dan membagikannya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat disebut sebagai lambang, sementara makna adalah arti yang terkandung dalam simbol yang merujuk pada objek tertentu.
- 2) Semiotika deskriptif adalah semiotik yang menelaah sistem tanda yang berlaku pada masa kini.
- 3) Semiotika faunal merupakan semiotik khusus yang meneliti sistem tanda yang diciptakan oleh hewan.
- 4) Semiotika kultural fokus pada sistem tanda yang mengkaji tanda-tanda dalam sistem budaya masyarakat tertentu.
- 5) Semiotika naratif adalah semiotik yang membahas sistem tanda dalam cerita, seperti mitos dan kisah yang diceritakan secara lisan.
- 6) Semiotika natural adalah semiotik yang khusus membahas sistem tanda yang berasal dari alam. Misalnya, air di Sungai yang keruh menunjukkan bahwa ada hujan di hulu, dan daun pohon yang menguning lalu jatuh.
- 7) Semiotika normatif adalah semiotik yang khusus membahas sistem tanda yang dibuat oleh manusia dalam bentuk aturan, misalnya rambu-rambu lalu lintas.
- 8) Semiotika sosial, adalah semiotik yang mempelajari tanda-tanda yang dihasilkan manusia dalam interaksi sosial.
- 9) Semiotika struktural adalah sistem tanda yang mengkaji tanda melalui struktur bahasa.

2.8.2 Teori Semiotika Roland Barthes

Semiotika dalam istilah Barthes adalah semiologi dan pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) menggunakan sesuatu (Sobur, 2013). Barthes mengembangkan pemikiran-pemikiran Saussure tentang semiologi kemudian

menerjemahkannya ke dalam konsep budaya. Berikut model semiotika Barthes yang merupakan pengembangan lebih lanjut dari model Saussure (Prasetya, 2019).

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>Connotative signifier</i> (Penanda Konotatif)	5. <i>Connotative signified</i> (petanda konotatif)
6. <i>Connotative sign</i> (tanda konotatif)	

Tabel 2.1 Model Semiotika Barthes

Ada tiga bagian yang dinilai oleh Barthes, yaitu komponen denotasi, konotasi dan mitos. Denotasi adalah fakta yang kita lihat secara langsung dan objektif. Konotasi adalah turunan dari penafsiran dari apa yang muncul dari denotasi. Meskipun konotasi bagian asli dari tanda, untuk memahami tanda tersebut peneliti membutuhkan pengetahuan berdasarkan pengalaman seseorang. Hal ini membuat konotasi bias menciptakan pemahaman dan pandangan baru, yang kemudian disebut mitos. (Cobley & Jansz, 2010).

Dalam perkembangan teori semiotika, Barthes melihat tanda tidak hanya sebatas makna denotasi. Namun melihat tanda lebih dalam untuk mengetahui makna konotasi. Bagi Barthes makna konotasi mendenotasi sesuatu hal lain, yang disebut sebagai mitos. Relasi kebudayaan atau ideologi tertentu yang mempengaruhi dapat diketahui.

2.8.3 Semiotika Barthes dan Konsep Representasi

Representasi dalam ilmu komunikasi merujuk pada proses bagaimana suatu makna, identitas dan realitas dibentuk dan disampaikan melalui bahasa, gambar, dan simbol. Representasi bukan sekadar refleksi realitas, tetapi merupakan proses konstruksi sosial dari makna. Barthes menunjukkan bahwa representasi visual tidak pernah netral. Tanda-tanda visual dalam media tidak hanya menunjukkan sesuatu, tetapi juga memproduksi makna tertentu yang mencerminkan dan memperkuat ideologi dominan. Dalam sistem ini, proses signifikan (pemaknaan tanda) berdampak besar pada

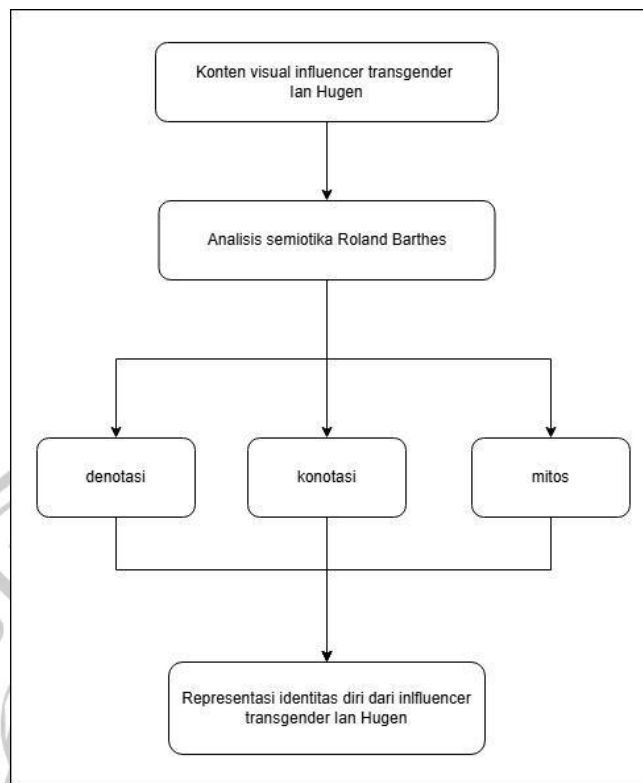
bagaimana sesuatu direpresentasikan di media atau teks. Artinya, representasi selalu dimediasi oleh sistem tanda dan struktur budaya.

Dalam konteks representasi gender, terutama pada identitas transgender, pendekatan semiotika Barthes memungkinkan peneliti untuk:

- Menganalisis bagaimana penampilan visual (pakaian, gestur, riasan, ekspresi wajah) digunakan sebagai tanda identitas gender.
- Membaca makna konotatif dari elemen visual dalam konten media sosial.
- Mengungkap mitos atau narasi dominan yang terlibat dalam representasi identitas transgender di platform seperti TikTok (misalnya mitos tentang maskulinitas, feminitas, atau norma heteronormatif).

Semiotika Barthes membongkar bagaimana tanda-tanda bekerja tidak hanya di permukaan, tetapi juga dalam membentuk, menyebarkan, serta mempertahankan makna dan representasi sosial-budaya dalam suatu masyarakat. Proses ini berlangsung melalui struktur denotasi-konotasi-mitos yang sangat berpengaruh dalam membangun realitas sosial melalui media dan komunikasi visual.

2.9 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Video yang dipilih oleh peneliti pada akun media sosial TikTok @ianhugen akan dilakukan analisis sesuai dengan konsep tanda dan makna oleh Roland Barthes. Konsep ini terbagi dalam dua tingkatan utama, yaitu denotasi dan konotasi, serta pengembangan konsep mitos sebagai lapisan makna yang lebih dalam.

Kerangka berpikir ini dibuat untuk memperjelas alur proses penelitian representasi identitas diri di TikTok @ianhugen. Alur penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data pada akun TikTok @ianhugen, kemudian dilakukan analisis semiotika sesuai dengan teori Roland Barthes yang dilihat melalui konten-konten yang dibagikan.

2.10 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Penerbit	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Keterbukaan diri laki-laki feminis androgini di TikTok,	Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan kecenderungan keterbukaan diri laki-laki feminis	Kualitatif	Dengan menggunakan paradigma interpretif dan teori queer dari Judith Butler, penelitian ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri

	Ramadhan, Angger Kurniawan 2024	(androgini) dalam perspektif <i>gender trouble</i> pada media sosial TikTok.		individu androgini di media sosial TikTok berperan penting dalam memperluas diskursus mengenai gender dan identitas. Melalui konten seperti <i>fashion</i> , kecantikan, ulasan <i>skincare</i> , dan aktivitas sebagai <i>influencer</i> , mereka mendorong kesadaran akan keberagaman gender serta menghadirkan representasi yang lebih inklusif di media sosial. Penelitian ini menegaskan bahwa gender bersifat performatif, yaitu identitas yang dibentuk dan dihasilkan melalui tindakan sehari-hari serta interaksi sosial.
2.	Identitas Transgender sebagai <i>Beauty Influencers</i> di Instagram, Paramita, Fransisca Benedicta Avira C 2024.	Tujuan penelitian ini untuk memberikan penggambaran identitas transgender sebagai <i>beauty influencer</i> karena perdebatan argumen dan perbandingan fenomena keberadaan transgender sebagai <i>influencer</i> di bidang kecantikan.	Kualitatif	Dengan menggunakan teori identitas, gender dengan pisau analisis semiotika oleh Charles Sanders Peirce. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep kecantikan menjadi arena perdebatan identitas, di mana kecantikan tidak lagi dimonopoli oleh perempuan biologis, tetapi juga dimaknai sebagai bagian dari identitas kelompok transgender atau transpuan. Selain itu, kemunculan transgender sebagai <i>role model</i> dalam industri kecantikan memperlihatkan upaya untuk menantang dan meredefinisi identitas kecantikan yang telah mapan. Pada penelitian ini subjek penelitiannya adalah seorang <i>influencer</i> transgender di media sosial Instagram, yakni pada akun Dinda Syarif dan Millen Cyrus. Melalui gambar postingan pemilik akun dengan menggunakan metode semiotik Pierce yang

				mengidentifikasi tanda melalui 3 tahap yaitu: representasi, interpretan dan objek (Lantowa <i>et al.</i> , 2017). Terdapat hasil dari gambar postingan yakni pada tubuh mereka menjadi daya tarik.
3.	Representasi identitas gender influencer laki-laki dengan ekspresi gender feminin di Instagram, Sumardiono, Nawan 2022.	Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana pria yang menjadi <i>influencer</i> dengan penampilan feminin menunjukkan identitas gender mereka di Instagram dalam konteks masyarakat yang umumnya heteronormatif.	Kualitatif	Penelitian ini memakai konsep Performativitas Gender dari Judith Butler. Hasil penelitian ini menemukan bahwa representasi gender beragam tergantung isi dan tujuan konten yang dibuat. Konten <i>product endorsement</i> dilakukan dengan memperhatikan norma yang diyakini oleh calon konsumen dengan tujuan untuk mendapat umpan balik yang positif terhadap merek. Sementara itu konten hiburan ditampilkan dibalut budaya populer dan berisi komedi agar mudah diterima publik. Dengan melihat nilai yang diyakini oleh masyarakat menjadi hal yang penting untuk membangun kesan positif atas diri influencer secara keseluruhan.

Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu

Dari penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas, ketiga penelitian tersebut memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti bagaimana representasi identitas diri dari seorang transgender atau laki-laki feminine di tunjukkan di media sosial. Ketiga dari penelitian diatas menggunakan pendekatan yang sama yakni metode kualitatif. Penelitian ini baru dan berbeda dari yang sebelumnya adalah pada objek yang diteliti dan teori yang digunakan.

Penelitian ini berfokus pada akun TikTok @ianhugen sebagai seorang *influencer*. Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes sebagai kerangka analisis utama. Sementara itu, penelitian sebelumnya umumnya menggunakan pendekatan yang berbeda, seperti konsep performativitas gender dan teori queer

202110040311188
Anisa Putriana Chinta
Prodi Ilmu Komunikasi

dari Judith Butler, paradigma interpretif, serta analisis identitas gender dengan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sudut pandang baru serta pemahaman yang lebih mendalam mengenai representasi identitas diri yang ditampilkan oleh akun @ianhugen melalui pendekatan teoritis yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

