

## **BAB II**

### **GENDER DALAM MEDIA**

#### **A. Representasi Gender dalam Media di Indonesia**

Masyarakat Indonesia yang hidup dalam heteronormativitas menganggap bahwa gender terbagi menjadi dua, yaitu maskulin dan feminin. Kemudian heteronormativitas menuntun pada pola pikir bahwa heteroseksual adalah satu-satunya orientasi seksual yang ada, sehingga manusia harus menjalani hidup sebagai sebagai seorang heteroseksual. Hal inilah yang kemudian menjadi ideologi yang dipahami bahwa gender bagi laki-laki adalah maskulin dan perempuan adalah feminin. Pemahaman akan seks (jenis kelamin) dan gender yang biner ini bersama dengan konsep patriarki akan menghasilkan kesenjangan dan ketidakadilan gender. Gender menjadi kaku dan dianggap sebagai identitas mutlak sehingga yang lain terpinggirkan dan marginal.

Dalam kehidupan bermasyarakat persoalan gender kerap sekali terjadi. Contohnya laki-laki dan perempuan yang menunjukkan ekspresi gender yang bersebrangan akan dikucilkan, dihindari dan menjadi perbincangan. Dari situ muncul istilah-istilah yang memberikan kategori pada seseorang atau kelompok masyarakat yang menyimpang tersebut seperti waria, banci, transgender, transeksual dan lain-lain. Waria misalnya dianggap sebagai orang abnormal, mengalami kelainan atau bahkan sakit jiwa. Hal ini dikarenakan tampilan fisik yang menyimpang dari kategori

jenis kelamin dan gender yang dikonstruksikan masyarakat, sebagaimana kita tahu waria adalah pria yang bersifat, bertingkah laku dan mempunyai perasaan seperti wanita. Penolakan oleh masyarakat inilah yang membuat waria tidak memiliki banyak pilihan untuk bekerja dalam ranah publik (Yuliani, 2006:79-80). Menjadi penjaja seks komersial, desainer pakaian dan penata *makeup* kemudian menjadi profesi yang mau tidak mau dipilih oleh waria.

Persoalan lain yang dihadapi waria adalah terkait dengan kebutuhan akan afeksi atau perasaan dicintai dan mencintai. Waria yaitu pria yang merasakan sisi wanita dalam dirinya, tentunya akan merasakan perasaan suka terhadap lawan jenis yaitu pria, sehingga secara tidak langsung waria memiliki orientasi seksual dengan sesama jenis (homoseks). Kaum homoseksual menjadi minoritas karena memang mayoritas orang mempunyai orientasi seksual kepada lawan jenis atau disebut dengan heteroseksual (Yuliani, 2006:80).

Persoalan gender ini tidak hanya berada dalam lingkungan masyarakat saja tetapi juga digambarkan dalam media. Media-media *mainstream* seperti televisi dan surat kabar kerap menggambarkan seseorang dengan identitas dan ekspresi bahkan orientasi seksual yang berbeda sebagai seseorang atau sekelompok orang yang menyimpang, diolok-olok bahkan diasingkan dari lingkungan masyarakat. Hal ini terlihat pada penelitian berjudul Representasi Transgender dan Transeksual dalam Pemberitaan Di Media Massa: Sebuah Tinjauan Analisis Wacana Kritis

yang ditulis oleh Anandita Ayu Pradipta Yudah dalam Jurnal Kriminologi Indonesia, Vol. 9, No. 1, Desember 2013. Penelitian ini membahas bagaimana transgender dan transeksual digambarkan dalam pemberitaan *Pos Kota*, surat kabar harian yang terbit di Jakarta, baik dalam bentuk cetak maupun *online*.

Penelitian ini menemukan bahwa representasi transgender dan transeksual dalam pemberitaan di media massa memiliki unsur transphobia yaitu ketakutan yang mengandung prasangka dan stereotip serta adanya kebencian. Hal ini dikarenakan adanya konstruksi sosial yang mengotakotakkan individu berdasar jenis kelamin sehingga transgender dan transeksual dinilai sebagai individu yang sakit.

Dalam acara televisi, waria juga ikut digambarkan sebagai sekelompok orang yang marginal dan terdiskriminasi, seperti ditunjukkan dalam comedy show berjudul *Extravaganza*. *Extravaganza* merupakan acara komedi yang sangat populer yang tayang di Trans TV yang menampilkan sketsa komedi berdasarkan cerita kehidupan sehari-hari, film bahkan legenda. Dalam acara komedi ternyata juga muncul tokoh-tokoh yang menjadi waria dan banci seperti yang dijelaskan pada penelitian skripsi oleh Danu Adikelana (2009).

Dalam *Extravaganza* penambahan peran waria dan banci justru mejadi objek yang menjual dan membuat cerita lebih menarik. Waria dan banci digambarkan sebagai orang yang agresif dan mampu melakukan apa saja untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan seperti merubah

identitasnya dari laki-laki menjadi perempuan yang terkesan vulgar. Penambahan adegan-adegan kekerasan yang ditujukan kepada penokohan waria dan banci ini ironisnya justru mengundang gelak tawa dari penonton seperti menandakan bahwa mereka memang pantas mendapatkan hinaan dan olokan. Tak jarang juga waria dan banci digambarkan sebagai seorang kriminal.

Representasi dan konstruksi mengenai persoalan gender ini tidak hanya terdapat dalam media-media *mainstream* seperti surat kabar dan televisi tetapi juga hadir dalam media sosial. Adapun identitas ataupun persoalan gender yang ditampilkan juga berbeda dari yang ditampilkan dalam media *mainstream*. Penelitian yang ditulis oleh Ari Setyorini berjudul *Performativitas Gender dan Seksualitas dalam Weblog Lesbian di Indonesia* dalam jurnal *Kawistara*, Vol. 1, No. 2, 17 Agustus 2011 ini menjelaskan bagaimana identitas gender dan seksualitas ditampilkan dalam sebuah *blog* dengan nama *Fried Durian*. Lesbian yang juga mendapatkan diskriminasi dari masyarakat karena memiliki orientasi seksual sejenis atau homoseks, memilih blog sebagai tempat untuk mengekspresikan gender dan seksualitas mereka.

Penelitian ini menemukan bahwa *blogger* lesbian mereproduksi kembali wacana heteronormativitas melalui performativitas gender yang merupakan hasil dari kombinasi maskulinitas dan feminitas. Narasi diri sebagai seorang lesbian justru menunjukkan bagaimana agen-agen dapat

mentransformasikan identitas gender lesbian sebagai identitas gender yang berbeda dari anggapan normatif.

Media sosial lain seperti *YouTube* ternyata dapat menjadi media alternatif untuk menunjukkan ekspresi gender dan seksualitas seperti dalam penelitian skripsi yang ditulis oleh Danastri Rizqi Nabilah (2015). Penelitian ini berjudul *YouTube sebagai Media Ekspresi Alternatif Gay Indonesia: Analisis Semiotik Gay Indonesia dalam Web Series "CONQ"*, menemukan bahwa *YouTube* menjadi media untuk merepresentasikan identitas mereka yang tidak digambarkan media *mainstream* di mana kaum gay merupakan orang-orang yang menyimpang dan memiliki karakteristik yang sama. Representasi kehidupan kaum gay *urban* tidaklah seragam, bahwa gay memiliki diversifikasi yang dipengaruhi oleh latar belakang beragam sehingga kehidupan yang dijalani oleh karakternya memiliki cerita masing-masing dan bahkan bisa bertolak belakang.

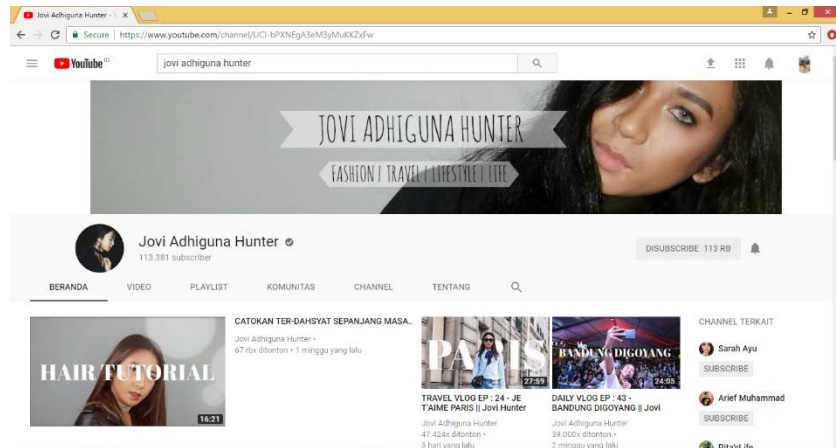
Persoalan gender dan orientasi seksual yang hadir melalui representasi di media baik media *mainstream* maupun media sosial menunjukkan hal yang berbeda. Media *mainstream* kerap menjadikan persoalan ini sebagai suatu hal menyimpang sedangkan media sosial lebih memberikan keleluasaan bagi penggunanya untuk menunjukkan identitas dan ekspresi gender serta seksualitas yang dimiliki. Hal ini menandakan bahwa identitas gender dan seksualitas dapat berubah. Identitas gender tidak stabil dan dapat berubah sesuai dengan konteks yang mempengaruhinya.

## B. Vlog Jovi Adhiguna Hunter

Hadirnya media *YouTube* yang memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk menampilkan kreatifitas mereka dalam bentuk *audio visual* seakan menarik perhatian siapa saja untuk ikut masuk di dalamnya baik menjadi produsen ataupun konsumen. Terlebih dengan adanya tren-tren yang selalu mengiringi perkembangan media, khususnya di *YouTube* seperti melakukan *lipsync*, *cover* lagu (menyanyikan ulang lagu yang dibawakan oleh penyanyi aslinya), melakukan *challenge* untuk kegiatan amal atau hanya sekedar senang-senang, hingga yang terakhir atau belakangan ini banyak dilakukan orang dari berbagai kalangan yaitu tren *nge-vlog*. Tren ini menjadikan beberapa orang menjadi latah, hanya sekedar ikut-ikutan karena sedang tren. Terlebih dengan adanya *Program Partner YouTube* yang bertujuan memonetisasi konten akun bahkan video yang diunggah ke *YouTube* agar dapat menghasilkan uang dari iklan yang ditayangkan di videonya, menjadikan kegiatan menunggah video dengan tema apapun di *YouTube* terasa menyenangkan dan dapat menambah pundi-pundi penghasilan (*Google Support*, 2018).

Jovi Adhiguna Hunter merupakan seorang *YouTuber* dengan konten *lifestyle vlog* yang membahas *fashion*, *travel*, *lifestyle*, dan *life*. Lebih banyak mengunggah konten *vlog*, ia juga dikenal sebagai *vlogger*. Membuka akun *YouTube* pada tanggal 20 September 2015, ia mulai mengunggah video pertama pada tanggal 23 September 2015 dengan judul *Chubby Bunny Challenge Ft. Lil Sist | Jovi Hunter*, yang ia lakukan bersama

adiknya, Sarah Ayu, yang telah aktif terlebih dahulu di *YouTube* sebagai *beauty vlogger*.



**Gambar 2.1** Profil *vlog* Jovi Adhiguna Hunter

Jovi Adhiguna Hunter juga salah satu *vlogger* yang sangat aktif di media sosial *YouTube*. Hingga bulan Februari 2019 Jovi Adhiguna Hunter telah mengunggah lebih dari seratus video dengan total lebih dari dua puluh juta kali penayangan. Video-video yang ia unggah terbagi dalam beberapa kategori seperti *Jovi's Monthly Favorites*, *Jovi's Daily Vlog*, *Story Time with Jovi*, *Jovi's Travel Vlog*, *Jovi's Outfit Ideas/Lookbook*, *Jovi's Haul*, *Jovi's Challenge*, *Jovi's Review*, *Jovi Jajan* dan *Jovi's QNA*.

*Vlog* Jovi Adhiguna Hunter ini cukup menarik dan mengundang perhatian, karena identitas yang dibawakan dalam *vlog* dianggap berbeda dari *vlogger* kebanyakan, khususnya pada identitas gender. Hal ini karena Jovi Adhiguna Hunter merupakan seorang laki-laki yang tertarik pada dunia *fashion* sehingga ia sering berpenampilan layaknya perempuan, seperti memiliki rambut panjang yang terawat, wajah yang memakai *makeup*, dan pakaian serta aksesoris yang umumnya dipakai oleh perempuan.

Personaliti atau kepribadian Jovi yang percaya diri, blak-blakan, dan *friendly* ini ternyata banyak disukai oleh pengguna yang memang menonton videonya. Ia bahkan dianggap sebagai *influencer* dan juga motivator bagi para penggemarnya untuk dapat menjadi pribadi yang tampil apa adanya, tidak minder terhadap kekurangan yang dimiliki, dan selalu percaya diri terhadap kemampuan yang dimiliki. Jovi bercita-cita menjadi motivasi positif bagi orang-orang yang mendapat inspirasi darinya. Hal inilah yang Jovi tampilkan di sebagian besar video yang ia unggah.

Jika dalam masyarakat umum penamilan Jovi ini dianggap menyimpang, tetapi justru Jovi mendapatkan apresiasi melalui akun *YouTube* miliknya. Pada tahun 2017, akun Jovi Adhiguna Hunter terpilih sebagai Sahabat *YouTube Creator for Change* bersama dengan akun Gita Savitri Devi dan Film Maker Muslim mewakili Indonesia. *YouTube Creator for Change* sendiri merupakan sebuah program global yang mendukung para *content creator* atau pembuat konten yang membahas masalah sosial dan mengupayakan kesadaran, toleransi dan empati di *channel YouTube*-nya. *YouTube* juga menambahkan bahwa apapun jenis video yang dibuat, setiap orang mempunyai kekuatan untuk membantu menciptakan dunia yang diimpikan (*YouTube*, 2018). Dikutip dari *Good News from Indonesia*, pada Mei 2018 *YouTube* mengumumkan *Duta Creators for Change Global 2018* yang terdiri dari para pembuat konten dari seluruh dunia termasuk Indonesia meliputi Jovi Adhiguna Hunter, Gita Savitri Devi, Film Maker



Muslim dan ditambah dengan akun *YouTube Cameo Project* serta Duo Harbatah (Effendi, 2018).

Realisasi dari program ini adalah para duta diminta untuk membuat video yang berkaitan dengan masalah-masalah sosial dan program ini dibiayai oleh *YouTube*. Jovi Adhiguna Hunter sendiri membuat sebuah video yang berjudul *YouTube Creators for Change | Jovi Adhiguna – THEY SAID I'M WORTHLESS*. Video yang diunggah pada 15 November 2017 tersebut berisi tentang pengalaman Jovi yang merasakan *bully* karena penampilannya yang berbeda. Pada video tersebut Jovi juga menampilkan para teman-teman dengan berbagai profesi yang memiliki pengalaman sama untuk membagikan cerita mereka terkait *bully*. Melalui video ini Jovi mengajak mereka untuk lebih percaya diri dan bersyukur terhadap apa yang mereka miliki, karena omongan orang tidak akan menentukan mereka akan sukses atau tidak.

Beberapa video *vlog* yang diunggah oleh Jovi biasanya selalu disisipi dengan kata-kata motivasi kepada mereka yang menonton videonya. Jovi selalu mengatakan untuk terus menjadi diri sendiri dan tidak perlu memikirkan omongan orang lain yang ingin menjatuhkan. Hal ini dibuktikan dengan pribadi Jovi yang selalu ceria, energik dan positif walaupun ia memiliki identitas dan penampilan yang berbeda dengan orang lain pada umumnya. Oleh karena itu, Jovi Adhiguna Hunter dianggap sebagai seorang *influencer* yang selalu memberikan motivasi positif terhadap orang lain.