

Motif Pada Pria Pengguna Fashion Androgini (Studi Fenomenologi Pada Pria Pengguna Fashion Androgini Di Media Sosial Instagram)

Lintang Aura Hermawan¹, Ruth Mei Ulina Malau²

Telkom University, Bandung, Indonesia.

Email: lintangauraa@gmail.com¹, ruthmeimalau@gmail.com²

ABSTRAK

Terlihat dari mudahnya masyarakat terutama generasi millennial yang mengikuti dan menyerap tren fashion baru yang sedang berkembang, salah satunya seperti tren Fashion androgini. Fenomena androgini masih sering menuai pro dan kontra di Indonesia, karena padadarnya masyarakat Indonesia masih menilai perilaku manusia berdasarkan hak dan kewajiban seseorang menurut jenis kelamin biologisnya. Penulisan ini bertujuan untuk memahami bagaimana motif para pria dalam menggunakan fashion androgini di media sosial Instagram. Penulisan ini menggunakan teori Fenomenologi dengan indikator tindakan seseorang ke dalam dua fase *Because Motives (Weil-Motive)* dan *In Order to Motive (Um-Zu-Motive)* sebagai acuan dasar dalam mengetahui motif yang terkandung dalam penggunaan fashion androgini. Metode yang digunakan adalah kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivis dengan tujuan mengasumsikan bahwa pemahaman dan interpretasi makna dapat diturunkan dari konstruksi sosial. Teknik pengumpulan data dan analisis data adalah dengan melakukan wawancara dengan para pengguna fashion androgini. Hasil penulisan menunjukkan terdapat motif serta tujuan dari penggunaan fashion androgini di media sosial Instagram. Dalam *because of motives* yaitu karena keinginan diri sendiri, *role model* dan lingkungan.

Kata Kunci: Androgini, Fashion, Fenomenologi, Instagram

Motives Of Men Using Androgyni Fashion (Study Of Phenomenology On Men Using Androgyni Fashion On Instagram Social Media)

ABSTRACT

The development of fashion in various kinds of social media is inseparable from the acculturation of foreign cultures. It is easiest for people, especially the millennial generation, to follow and absorb new fashion trends that are developing, one of which is the androgynous fashion trend. This study aims to understand the motives of men in using androgynous fashion on Instagram social media. This study uses the phenomenological theory with indicators of a person's actions into two phases: Because of the Motive (Weil-Motive) and In Order to Motive (Um-Zu-Motive) as the basis for knowing the motives contained in the use of androgynous fashion. The method used is qualitative and uses a constructivist paradigm with the assumption that understanding and interpretation of meaning can be derived from social construction. The technique of data collection and data analysis is by conducting interviews with androgynous fashion users. The results showed that there were several motives that became the motive and purpose of using androgynous fashion on Instagram social media. In because of the motive, namely because of one's own desires, the existence of a role model and the environment.

Keywords: Androgyny, Fashion, Phenomenology, Instagram

PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial menjadi suatu hal yang tidak dapat dilepaskan dari keseharian dan aktifitas seseorang di masa kini. Seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi dan

penggunaan media sosial, maka tidak dapat dipungkiri bahwasanya setiap individu memiliki kemampuan untuk dapat mengembangkan dirinya melalui media sosial. Tidak hanya mengembangkan dirinya saja, masyarakat juga

memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai wadah ataupun media untuk dapat berkomunikasi dengan satu sama lain maupun dengan publik. Saat ini, media sosial telah berkembang sebagai media interaksi di seluruh dunia. Menurut Cahyono (2016:140), media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Dengan semakin pesatnya perkembangan media sosial maka semakin banyak berbagai macam aplikasi media sosial di dunia maya, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Tiktok*, dan berbagai aplikasi lainnya. Salah satunya ialah media sosial *Instagram*.

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang memiliki banyak pengguna di seluruh dunia. Menurut data yang dirilis oleh *Instagram*, pengguna *Instagram* di seluruh dunia telah mencapai 700 juta pengguna aktif secara global berdasarkan data internal per april 2017. Di Indonesia sendiri pengguna aktif *Instagram* telah mencapai 45 juta pengguna aktif pada kuartal pertama 2017 (Sumber: <http://tekno.liputan6.com/read/2933354/instagram-kantongi-700-juta-pengguna> diakses pada Selasa, 28 Agustus 2021 pukul 13.06WIB). Hal ini menyebabkan Indonesia masuk kedalam lima besar negara dengan pengguna *instagram* terbanyak diseluruh dunia bersama dengan Amerika Serikat, Brazil, Rusia, dan Inggris Raya. Media yang saat ini sudah mulai meluas di kalangan masyarakat dan turut mendominasi dalam pembentukan identitas

sosial telah menjadi alat yang efektif dalam membentuk dan menyebarluaskan konstruksi gender pada masyarakat (Hariyanto, 2009). Dengan terciptanya aplikasi media sosial *Instagram*, masyarakat mempunyai sebuah tempat untuk dapat menunjukkan serta mengekspresikan eksistensinya. Salah satunya dengan menunjukkan cara berpakaian atau biasa disebut dengan *fashion* pada setiap foto maupun video yang mereka unggah di akun *Instagram*nya masing-masing. *Instagram* adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video (Rahmawati, 2016: 32).

Fashion androgini tidak hanya berhubungan dengan permasalahan gender dan peran saja, namun kini, *fashion* androgini sudah menjadi gaya hidup di berbagai kalangan masyarakat dan sudah menjadi suatu tren *fashion* baru dalam cara berpakaian sehari-hari. Khususnya generasi millennial yang tak pernah lepas dari media sosial *Instagram*. Perkembangan *fashion* di kota-kota besar di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat, terutama pada media sosial. Hal tersebut dapat kita lihat dari berbagai macam postingan *Instagram*. Banyak dari mereka yang menampilkan dan menggunakan *outfit fashion* androgini. Mengingat media sosial merupakan platform yang banyak digunakan oleh masyarakat. Tentunya, perkembangan *fashion* di berbagai macam media sosial ini tidak terlepas dari adanya akulturasi budaya luar. Terlihat dari mudahnya masyarakat terutama generasi *millennial* yang mengikuti tren *fashion* baru yang sedang

berkembang, salah satunya seperti tren *fashion androgini*. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap banyaknya pengguna *fashion androgini* di berbagai kalangan masyarakat.

Dalam menggunakan *fashion androgini* tersebut, tentunya para pengguna memiliki berbagai motif yang berbeda-beda. Baik motif yang menjadikan penyebab menggunakan *fashion androgini* maupun motif yang menjadi tujuan para penggunanya dalam menggunakan *fashion androgini* tersebut. Dalam buku Psikologi Andi Thahir (2018) menjelaskan bahwa arti motif secara etimologi, berasal dari kata *movere* (bahasa latin) memiliki arti bergerak dan *motive* (bahasa inggris) berasal dari kata *motion*, yang memiliki arti “gerakan” atau “sesuatu yang bergerak”. Kata tersebut mengartikan bahwa gerakan manusia sebagai “tingkah laku”. Pengertian motif dalam psikologi merupakan suatu rangsangan pembangkit tenaga pada saat terjadinya tingkah laku itu. Salah satu media yang menunjukkan adanya motif seseorang menggunakan *fashion androgini* ialah media sosial *Instagram*. *Instagram* menjadi salah satu wadah dan ruang eksistensi seseorang dalam menunjukkan ekspresinya terutama *fashion* yang digunakan. Dilengkapi dengan fitur yang beragam dan lengkap membuat para pengguna *fashion androgini* semakin percaya diri dalam menunjukkan jati dirinya dan menunjukkan *fashion* yang mereka gunakan di media sosial *Instagram*. Tercatat, mayoritas pengguna *Instagram* di Indonesia merupakan kelompok usia dari mulai 18-24 tahun, yakni

sebanyak 33,90 juta. Rinciannya, sebanyak 19,8% pengguna aplikasi tersebut adalah perempuan, sedangkan 17,5% merupakan laki-laki. (Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada Selasa, 28 Agustus 2021 pukul 13.06 WIB).

Mengutip pernyataan tersohor Umberto Eco, yang menegaskan, “*I speak through my cloth.*” (aku berbicara melalui pakaianku) memiliki arti bahwasanya pakaian yang digunakan seseorang dapat menyampaikan dan mengkomunikasikan sesuatu melalui konteks yang berbeda. Ketika seseorang mengenakan pakaian tertentu, ia dapat mengungkapkan sesuatu yang tidak harus diucapkan melalui lisan ataupun kata-kata. Dengan pakaian, setiap orang dapat menafsirkan serta memiliki pandangan tertentu terhadap orang tersebut. *Fashion* serta pakaian merupakan sebuah bentuk penyampaian komunikasi non-verbal dengan tidak menggunakan kata – kata lisan atau tertulis (Davis, 2017:7). Pernyataan tersebut memiliki makna bahwa pakaian dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan suatu pesan yang bersifat nonverbal (komunikasi artifaktual). Komunikasi artifaktual adalah salah satu bentuk pesan komunikasi nonverbal. Komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak, misalnya; pakaian, dandanan, perhiasan, dan lain-lain (Duncan dalam Rakhmat, J: 2015).

Dari data diatas menunjukkan bahwa mayoritas pengguna media sosial *Instagram* tidak hanya perempuan saja, namun juga laki-laki.

Realitas yang dapat kita lihat, saat ini fenomena androgini masih sering menuai pro dan kontra di Indonesia, karena pada dasarnya masyarakat Indonesia masih menilai perilaku manusia berdasarkan hak dan kewajiban seseorang menurut jenis kelamin biologisnya. Dengan demikian, masih banyak masyarakat Indonesia yang menyalahartikan sebagai perbedaan androgender, transgender, dan homoseksual (Goenawan, 2007). Gaya persilangan pakaian androgini masih dianggap menyimpang karena tidak sesuai dengan adat istiadat. Masih banyak orang yang menentang kehadiran mereka.

Fenomena inilah yang membuat penulis ingin meneliti lebih dalam mengenai motif para pengguna *fashion* androgini di sosial *Instagram*. Fenomena penggunaan *fashion* androgini menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut untuk mengubah cara pandang (*stereotype*) masyarakat mengenai para pengguna *fashion* tersebut serta mengetahui bagaimana dan apa saja motif dari para pengguna *fashion* androgini. Karena *fashion* bukanlah sebuah tolak ukur untuk menilai seseorang dengan kepribadian maupun orientasi seksualnya. *Fashion* hanyalah sebagai bentuk ekspresi dan kepercayaan diri mereka dan sebagai bentuk komunikasi artifaktual (non-verbal) kepada publik.



Gambar 1: Contoh Penggunaan *Fashion* Androgini di Media Sosial *Instagram* dari @Genunerd



Gambar 2: Contoh Penggunaan *Fashion* Androgini di Media Sosial *Instagram* dari @Ichsanrindengan

METODE PENELITIAN

Dalam pemikiran menurut menurut Pujileksono (2015) paradigma adalah satu kombinasi yang didalamnya terdapat asumsi, nilai-nilai, konsep serta praktek disiplin ilmu. Secara *general*, paradigma dimaknai sebagai suatu cara pandang terhadap realitas sosial. Dengan kata lain, paradigma merupakan sebuah cara pandang terhadap dunia dengan berlandaskan nilai filosofis tertentu yang dapat membantu membimbing dan mengarahkan tindakan seseorang.

Dalam penulisan ini, penulis menggunakan paradigma konstruktivisme, agar dapat mengasumsikan pemahaman serta interpretasi mengenai makna yang diturunkan dari konstruksi sosial. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang menilik bahwa kebenaran dari suatu realitas sosial dapat dilihat sebagai hasil dari konstruksi sosial dan kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relatif. Menurut Patton (2002) menyatakan bahwa para penulis konstruktivis telah mempelajari berbagai realitas yang terkonstruksi oleh individu dan dari kontruksi tersebut bermanfaat bagi kehidupan mereka maupun dengan yang lain. Setiap individu memiliki pengalaman yang unik di dalam konstruktivis. Oleh karena itu, penulisan dengan menggunakan strategi ini mengusulkan dimana setiap cara yang diambil oleh individu dalam memandang dunia adalah benar (valid), dan diperlukannya rasa saling menghargai atas cara pandang tersebut.

Penulis menggunakan paradigma konstruktivisme karena penulis berupaya untuk mengamati segala tindakan yang dilakukan para pengguna *fashion* androgini. Penulis juga ingin mengetahui lebih dalam mengenai motif pada pria pengguna *fashion* androgini di media sosial *Instagram*. Hal ini dapat mengembangkan realitas dari lingkup fenomena *fashion* androgini berdasarkan pengalaman di masa lalu sertatujuan atau harapan di masa yang akan datang. Maka dalam penulisan ini akan mengamati suatu fenomena terlebih dahulu kemudian menemukan

hasil pengamatan berdasarkan dari pengalaman setiap individu itu sendiri.

Pada penulisan ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Adapun pengertian dari penulisan kualitatif menurut Creswell (2003:18) bahwa penulisan kualitatif merupakan proses dalam memahami permasalahan sosial berdasarkan metodologi yang berbeda. Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode penulisan kualitatif lebih mengutamakan pada makna dibandingkan dengan mengeksplorasi bagaimana orang mendefinisikan, mendeskripsikan, dan memahami pengalaman.

Subjek penulisan ini adalah pria yang menggunakan *fashion* androgini, subjek dipilih secara purposif berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis dan ketersediaan informan dalam melakukan eksplorasi pengalaman sadar mereka saat menggunakan *fashion* tersebut. Objek dalam penulisan ini yaitu motif pada pria pengguna *fashion* androgini di media sosial *Instagram*.

Menurut Sugiyono (2009) menjelaskan bahwa pengumpulan data dalam penulisan kualitatif dapat dilakukan dengan *natural setting* (kondisi secara alamiah), sumber data primer, maupun teknik dari pengumpulan data dilakukan lebih banyak dengan cara observasi, wawancara, maupun dokumentasi. Oleh karena itu, dalam penulisan kali ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan metode observasi serta wawancara.

Menurut prosedur yang dikemukakan oleh Colaizzi, pada tahap analisis sama dengan tradisi

fenomenologis pada umumnya, namun dibedakan dari format-format analisis kualitatif dimana analisis tersebut tidak berinteraksi dengan pengumpulan data. Setiap wawancara atau teks tertulis dianalisis secara terpisah meskipun pada tujuan akhirnya ialah untuk mendapatkan pemahaman mengenai keseluruhan dari esensi fenomena yang diteliti.

Keabsahan data adalah salah satu konsep penting dari konsep kesahihan data (validitas) dan keandalan (realibilitas) menurut aliran “positivism”. Penulisan ini menggunakan teknik triangulasi data untuk menguji data-data didalamnya. Menurut Sugiyono memaparkan bahwa triangulasi merupakan teknik dari pengumpulan data dengan menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data serta sumber data yang sudah ada sebelumnya. Oleh karena itu untuk memeriksa data yang sudah dihasilkan dalam penulisan ini maka digunakannya berbagai teknik triangulasi didalamnya. Teknik triangulasi merupakan sebuah proses teknik pemeriksaan dari keabsahan data dengan menggunakan suatu hal lain di luar data guna keperluan untuk pengecekan maupun sebagai pembanding terhadap data tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara penulisan merupakan sebuah proses yang sudah dilakukan untuk mencari informasi serta data-data dari informan yang berfungsi untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penulisan. Agar penulis dapat mencapai fokus

penulisan yang telah ditetapkan sebelumnya, maka penulis akan menggunakan dasar-dasar konsep maupun teori yang akan mendasari adanya penulisan kali ini.

Tidak hanya dalam memutuskan suatu hal, dalam menggunakan suatu *fashion* tertentu, tentunya seseorang memiliki sebuah motif tersendiri. Begitu pula dengan para pengguna *fashion* androgini yang memiliki berbagai motif yang mendasari tindakan mereka. Sesuai dengan pernyataan informan Ahli yang menyatakan bahwa setiap individu dari pengguna *fashion* androgini pasti memiliki motif-motif tertentu dibalik penggunaannya. Dalam pandangan Schutz, manusia merupakan makhluk sosial yang dimana kesadaran terhadap suatu kehidupan sehari-hari merupakan bagian dari sebuah kesadaran sosial. Manusia dituntut untuk dapat saling memahami antara satu dengan lainnya dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Sehingga akan adanya penerimaan timbalbalik serta pemahaman terhadap dasar pengalaman bersama. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Alfred Schutz, motif terbagi kedalam dua bagian, yaitu *Because Of Motives* atau motif “sebab” yang merupakan sesuatu dengan merujuk pada pengalaman masa lalu setiap individu. Dan *In Order To Motives* atau motif “tujuan” yang merupakan suatu tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi pada masa depan setiap individu.

Metode tipikasi Schutz ini mengacu pada tipe-tipe tindakan, perilaku, ucapan, kepribadian

serta berbagai cara dalam mengungkap segala fenomena. Sehingga Schutz membagi dua motif, yaitu:

Motif “Sebab” (*Because Of Motives*)

Motif sebab merupakan motif yang melatarbelakangi seseorang atau motif masa lalu yang memiliki artian suatu tindakan merujuk pada pengalaman masa lalu setiap individu. Dan tentunya suatu keputusan yang dilakukan oleh seseorang terdapat latar belakang dari masa lalunya yang dijadikan sebagai alasan dalam melakukan tindakan yang dilakukan sekarang. Begitu pula halnya dengan para pengguna *fashion* androgini yang menjadi informan dalam penulisan ini. Seperti yang terdapat dalam wawancara penulisan yang dilakukan kepada salah satu informan yaitu informan Ichsan Rin yang mengatakan bahwa *fashion is genderless* dengan kata lain bahwa kini *fashion* tidak lagi mengenal dan melihat gender. Semua orang berhak menggunakan *style fashion* yang sama baik itu wanita maupun laki-laki, dan berhak menggunakan *fashion* wanita dan laki-laki secara bersamaan. Karena *fashion* androgini tidak berpengaruh terhadap orientasi seksual seseorang, *fashion* tetap menjadi media bagi seseorang untuk menunjukkan pesan tertentu melalui sebuah pakaian terhadap publik. Maka dapat disimpulkan dari hasil wawancara dengan beberapa informan pada penulisan ini terdapat beberapa motif sebab (*Because Of Motives*) yaitu diantaranya karena keinginan diri sendiri, adanya *role model* dan lingkungan.

Keinginan Pribadi

Faktor utama yang mendorong mereka dalam menggunakan *fashion* androgini ialah karena adanya keinginan dari pribadinya masing-masing. Dari keinginan tersebutlah maka timbulnya rasa tertarik, rasa nyaman, meningkatnya rasa kepercayaan diri dan juga ingin terlihat berbeda pada saat para penggunanya menggunakan *fashion* androgini. Rasa tertarik yang timbul dikarenakan mereka menganggap bahwa *fashion* androgini merupakan *fashion* yang unik, nyentrik dan berbeda dengan yang lainnya. Mereka juga menganggap bahwa *fashion* androgini tidak mengenal dan melihat gender, sehingga siapapun dapat menggunakannya sesuai dengan kepercayaan dirinya. Rasa nyaman juga timbul karena bagi mereka dengan menggunakan *fashion* androgini, mereka merasa menjadi diri mereka sendiri dan dapat menunjukkan jati dirinya sendiri terhadap publik. Selain itu dengan menggunakan *fashion* androgini, kepercayaan diri mereka semakin meningkat. Dan mereka terlihat berbeda dari yang lainnya. Memang tidak banyak orang yang ingin terlihat berbeda dari yang biasanya, dan banyak yang menggunakan *fashion* ala kadarnya saja. Namun lain halnya dengan beberapa informan sebagai pengguna *fashion* androgini ini ingin terlihat berbeda di hadapan publik, senang menjadi *center of attention* dan senang terlihat berbeda dengan yang orang lain biasa gunakan. Dalam wawancara seluruh informan mengatakan bahwa *fashion* androgini yang mereka gunakan merupakan keinginan dari diri mereka sendiri.

Melalui pengamatan yang dilakukan penulis, ketika wawancara berlangsung penulis mengobservasi pernyataan para informan yang menyebutkan bahwa salah satu motif yang mendasari mereka dalam menggunakan *fashion* androgini ialah karena memang benar-benar atas keinginan pribadi (diri sendiri).

Berikut beberapa postingan dari akun *Instagram* beberapa informan yang menunjukkan penggunaan *fashion* androgini:



Sumber: Akun media sosial *Instagram* @Ichsanrindengan

Sumber: Akun media sosial *Instagram* @aq.shal

Gambar 3: Contoh Penggunaan *Fashion* Androgini di Media Sosial *Instagram* dari @Ichsanrindengan @aq.shal

Pada setiap pakaian yang informan gunakan di setiap harinya maupun di dalam postingan di media sosial *Instagram*nya masing-masing memiliki makna atau pesan yang terkandung dalam setiap *item* yang mereka gunakan. Dalam kedua postingan diatas merupakan salah satu postingan dari contoh parainforman menggunakan *fashion* androgini. Dapat dilihat adanya penggabungan *style* maskulin dan feminim dalam satu *fashion*. Kedua informan sama-sama menggunakan *t-shirt* polos yang di double dengan

outer atau *blazer* dengan warna yang menyesuaikan dengan warna *t-shirt*nya. Sama-sama menggunakan warna yang tidak mencolok. Karena menurut penuturan informan Ichsan menjelaskan bahwa karena *fashion* yang digunakannya merupakan *fashion* atas dasar keinginan diri sendiri, sehingga kapanpun dan dimanapun tempatnya, *fashion* androgini akan tetap melekat dalam dirinya sendiri.

Role Model

Dalam penggunaan *fashion* androgini, para informan menjelaskan bahwa pada awalnya terdapat seseorang yang menjadi inspirasi dan menjadi daya tarik bagi mereka dalam menggunakan *fashion* androgini. *Role model* ialah sebuah istilah yang digunakan oleh seseorang untuk menjadi contoh serta pemberi inspirasi bagi mereka. Dengan kata lain, penetapan seseorang yang dijadikan sebagai *role model* dapat berbeda-beda di satu tempat maupun tempatlainnya maupun setiap orangnya. Begitu pula dengan para informan dalam penulisan ini, pada saat dilakukannya wawancara, mereka menjelaskan bahwa sebelum mereka menggunakan *fashion* androgini, mereka mengenal dunia *fashion* karena melihat seseorang yang mereka kagumi dan dijadikan sebagai inspirasi bagi mereka untuk menggunakan *fashion* yang sama. Seperti informan yang bernama Wisnu Genu menjelaskan bahwa awalnya beliau gemar membaca *runaway* models dan karena kegemerannya akan majalah *fashion*, beliau melihat seorang model di dalamnya yang dikenal dengan nama Agyness Deyn. Model tersebut

adalah salah satu model yang membuat Genu memiliki keinginan untuk berpenampilan dan mengikuti *style fashion* yang sama dengan model tersebut. Hal tersebut menjadi salah satu factor penyebab mengapa seseorang dapat menggunakan suatu *fashion* yang dapat dikatakan berbeda dengan lainnya, dikarenakan terdapat suatu peran atau seseorang yang menginspirasi sebaliknya.

Berikut merupakan postingan dari akun *Instagram* beberapa informan yang penulis bandingkan dengan *role model*nya masing-masing, sebagai berikut:



Sumber: google.com

Sumber: Akun media sosial *Instagram* @genenerd

Gambar 4: *Role Model Instagram* Sumber @Google.com @genenerd

Dalam kedua postingan diatas merupakan contoh perbandingan yang dilakukan penulis untuk mengobservasi pernyataan informan yang menyatakan bahwa salah satu motif yang mendasari mereka dalam menggunakan *fashion* androgini ialah karena adanya peran seseorang atau adanya *role model* yang menjadi inspirasi serta motivasi bagi mereka. Dapat dilihat dari kedua postingan dari akun *Instagram* informan dalam penulisan ini, menunjukkan adanya

persamaan baik dalam *style* rambut, pakaian maupun gaya pada saat *photoshoot*. Menurut informan Genu menyatakan bahwa awal mula beliau menyukai dan tertarik menggunakan *fashion* androgini dikarenakan membaca sebuah majalah *runaway models* yang didalamnya terdapat model-model yang menggunakan *fashion* androgini (*fashion* maskulin dan feminim secara bersamaan) salah satunya terdapat model yang bernama Agyness Deyn. Model inilah yang menjadi salah satu model yang membuat informan Genu menggunakan *fashion* androgini hingga sampai saat ini. Salah satu yang beliau terapkan ialah *style* rambut yang sama seperti salah satu model favoritnya seperti yang terdapat pada postingan pertama diatas. Menurut seluruh pernyataan informan dalam wawancara menyatakan bahwa masing-masing dari mereka memiliki inspirasi serta motivasi dari peran seseorang atau *role model* dalam penggunaan *fashion* androgini. Pernyataan tersebut sesuai dengan penjelasan Informan Ahli bahwa *role model* hampir sama dengan peran atau pengaruh lingkungan, dimana keputusan seseorang dalam menggunakan suatu *fashion* tertentu dapat terinspirasi karena melihat sosok idola nya maupun sosok yang memotivasinya. Maka setiap gestur, setiap *style* seperti gaya rambut, gaya berpakaian hingga gaya berbicaranya saja akan di imitasi. Hal tersebut tidak dapat dihindari bagi setiap individu yang memiliki *role model* nya masing-masing. Maka tak ayal bahwa tidak hanya dengan kegemaran membaca sebuah majalah saja dan melihat beberapa model di dalamnya dapat

membuat seseorang tertarik dalam menggunakan suatu *fashion* tertentu seperti *fashion* androgini seperti pernyataan informan Genu dan informan Aqshal. Namun kini semakin berkembangnya kemajuan media sosial dan *fashion* industri bisa semakin mempengaruhi kehidupan serta penampilan setiap orang. Tidak hanya gender perempuan saja, namun juga berlaku pada penampilan seorang laki-laki.

Lingkungan

Faktor lingkungan merupakan faktor penyebab utama yang mendasari seseorang menggunakan *fashion* androgini. Manusia memang sejatinya makhluk sosial, yang dimana mereka akan selalu bergantung dan berhubungan langsung dengan lingkungannya sendiri. Tidak hanya itu saja, lingkungan juga dapat mempengaruhi dan membentuk karakter seseorang, entah dapat menjadi pribadi yang baik maupun sebaliknya. Tergantung bagaimana seseorang berkembang dengan lingkungan tersebut. Jika seseorang berkembang di dalam lingkungan yang baik maka seseorang tersebut akan membentuk pribadi yang baik, dan sebaliknya apabila seseorang berkembang di dalam suatu lingkungan yang buruk maka yang terjadi, seseorang tersebut akan membentuk sifat dan perilaku yang buruk pula. Seseorang berkembang di dalam suatu lingkungan dikarenakan adanya suatu pola interaksi antara dirinya dengan lingkungannya sendiri. Seseorang akan beradaptasi dengan pola perilaku yang dilakukan di dalam lingkungan tersebut. Hingga akhirnya

seseorang tersebut akan menanamkan dan terbiasa dengan segala hal yang dilakukan di dalam lingkungan tersebut.

Pernyataan tersebut berbeda halnya dengan penjelasan informan Ahli yang menyatakan bahwa pengaruh lingkungan merupakan pengaruh yang paling besar dalam mempengaruhi seseorang untuk membuat sebuah keputusan. Termasuk salah satu contohnya memutuskan untuk menjadi seorang androgini dan menggunakan *fashion* yang “berbeda” dari lainnya. Beliau menjelaskan bahwasanya pengaruh lingkungan lebih besar dari keinginan pribadi. Karena setiap keputusan yang diambil oleh seseorang itu banyak dipengaruhi oleh orang lain. Dan keinginan pribadi tersebut akan di dominasi oleh pengaruh dari lingkungan sekitarnya. Dengan kata lain lingkungan sekitar yang mendukung dapat membawa seseorang mengikuti bagaimana arus dari lingkungan tersebut. Beliau menambahkan bahwa terdapat dua kategori kepribadian seseorang. Yaitu *dependent* dan *independent*. *Dependent* memiliki arti “bergantung” dengan orang lain. Dimana setiap keputusan yang dibuat oleh seorang *dependent* atas dasar dipengaruhi oleh orang lain. Begitu pun sebaliknya, seorang *independent* cenderung lebih berani dalam mengambil keputusannya dan tidak terpengaruh oleh orang lain. Maka dari itu *self control* yang terdapat di dalam setiap individu bergantung pada bagaimana latar belakangnya, bagaimana kepribadiannya dan bagaimana karakteristiknya hingga membuat seseorang

tersebut dapat mengambil keputusan menjadi seorang androgini.

Berikut beberapa postingan dari akun Instagram beberapa informan yang menunjukkan penggunaan fashion androgini bersama teman-temannya:



Gambar 5: Contoh penggunaan fashion androgini bersama teman-temannya Sumber @genunerd @ichanrindengan
Sumber: Akun media sosial Instagram @Genunerd dan @Ichsanrindengan

Postingan diatas merupakan salah satu postingan dari kedua informan bersama teman-temannya. Menurut kedua informan tersebut menyebutkan bahwa fashion androgini yang mereka gunakan memang mereka terapkan sesuai dengan yang mereka gunakan bersama teman-teman atau lingkungan sekitar mereka.

Motif Untuk (*In Order To Motive*)

In Order To Motives atau motif “tujuan” yang merupakan suatu tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi pada masa depan setiap individu. Melalui wawancara yang telah dilakukan, penulis ingin mengetahui motif “tujuan”

dari informan menggunakan *fashion* androgini. Begitu pula halnya dengan para pengguna *fashion* androgini yang menjadi informan dalam penulisan ini. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada informan mengenai motif “tujuan” dalam menggunakan *fashion* androgini ialah untuk merepresentasikan identitas maupun jati diri yang sebenarnya. Tidak hanya sebagai media dalam meningkatkan kepercayaan dirinya, dengan menggunakan *fashion* androgini juga dapat meningkatkan kepuasan diri dan bisa lebih bebas berekspresi. Menurut Subandy (2007:242) menjelaskan bahwa *fashion*, pakaian atau busana dapat menyampaikan pesan-pesan non-verbal, maka dapat dikategorikan dan termasuk ke dalam bentuk komunikasi artifaktual. Pakaian dianggap sebagai suatu fungsi komunikatif dalam bentuk komunikasi artifaktual dalam ranah komunikasi non-verbal. Penyampaian pesan melalui pakaian memiliki makna yang sama dengan bahasa verbal yang digunakan dalam sehari-hari untuk menyampaikan suatu pesan.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis, Maka dapat disimpulkan dari hasil wawancara dengan beberapa informan pada penulisan ini terdapat beberapa motif tujuan (*In Order To Motive*) yaitu diantaranya untuk merepresentasikan identitas dan jati diri terhadap publik, untuk meningkatkan kepercayaan diri dan untuk menunjukkan suatu kebebasan berekspresi terhadap publik.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan oleh penulis mengenai motif pada pria pengguna *fashion* androgini di media sosial *Instagram*, penulis menemukan beberapa hal temuan yang kemudian dijabarkan melalui kesimpulan.

Fenomena penggunaan *fashion* androgini di media sosial *Instagram* merupakan fenomena yang sedang marak dan populer di media sosial *Instagram*. Dalam fenomena ini muncul sebuah konsep baru dalam cara berpakaian dengan menyelaraskan konsep gaya laki-laki dan perempuan, dengan menunjukkan sisi maskulin dan feminin menjadi satu yang kemudian dikenal dengan istilah *fashion* androgini. Dalam penulisan ini terdapat dua motif di dalamnya, yaitu *Because Of Motives* dan *In-Order-To-Motives* dan juga terdapat makna komunikasi artifaktual para pengguna *fashion* androgini di media sosial *Instagram*. Terdapat beberapa motif yang menjadi motif serta tujuan dari Penggunaan *Fashion* Androgini di media sosial *Instagram*. Dalam *because of motives* yaitu dikarenakan adanya karena keinginan diri sendiri, adanya *role model* dan lingkungan. Sedangkan untuk *in-order-to-motives* terdapat tiga hal yaitu untuk merepresentasikan identitas dan jati diri terhadap publik, untuk meningkatkan kepercayaan diri dan untuk menunjukkan suatu kebebasan berekspresi terhadap publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik* Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung, 9(1), 140–157.
- E-book:**
Adian, Donny Gahral. (2010). *Pengantar Fenomenologi*, Bandung: Penerbit Koekoesan.
- Al-Ghifari, Taufiq Muhammad. (2021). *Persepsi Para Feminis Terhadap International Women's Day Jakarta 2021*.
- Amalia, Firdha. (2018). *Identitas Crossdresser Dalam Akun Instagram Jovi Adhiguna Hunter*. Jurnal Universitas Airlangga
- Anindya, A. (2016). Gender Fluid dan Identitas Androgini Dalam Media Sosial. *Tingkap*, 107-118.
- BBC. (2021). *Harry Styles: Bintang pop yang menggugat maskulinitas dengan penampilan bebas gender*. <https://www.bbc.com/indonesia>
- Citradewi, Sofia. (2019). *Cross-Dressing Seperti Harry Styles Bukan Berarti Transgender*, Kata Psikolog. <https://www.winnetnews.com/post/cross-dressing-seperti-harry-styles-bukan-berarti-transgender-kata-psikolog>
- Febriana, V. (2018). *Studi Fenomenologi Korban Cat Calling Mahasiswi Telkom University*.
- Fhebrianty, N. dan Oktavianti, R. (2019). *Representasi Identitas Androgini di Media Sosial*. Jurnal Universitas Tarumanagara
- Fidianti, Fitri. (2021). *Analisis Semiotika Barthes Tentang Makna Dalam Postingan Foto Body Positivity Media Sosial Tara Basro*. Skripsi Universitas Telkom
- Funay, C. M. (2018). *Representasi Androgini Jovi Adhiguna di Video Blog YouTube*. Jurnal Universitas Dipenogoro
- Gray, J., Bounegru, L., & Chambers, L. (2012). *The Data Journalism Handbook*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media. Tersedia dari <http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/>

- Hamzah, Amir. (2020). *Metode Penulisan Fenomenologi*. Sumedang: CV. Literasi Nusantara Abadi
- Husein, Dyrge G. (2021). *Konsep Diri Penyintas Covid-19 (Studi Fenomenologi pada Penyintas di Rumah Sakit Khusus Infeksi Covid-19 Pulau Galang)*.
- Kuswarno, Engkus. (2009). *Fenomenologi (Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penulisan)*. Bandung: Media Widya Padjadjaran.
- Librianty, Andina. (2017). *Instagram Kantongi 700 Juta Pengguna*.
<http://tekno.liputan6.com/read/2933354/instagram-kantongi-700-juta-pengguna>
- Mulyana, Deddy & Alex Sobur (Rev.) (ed.). (2020). *Filsafat Komunikasi: Tradisi, Teori, dan Metode Penulisan Fenomenologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Perkasa, Syahdad, Ayu, dan Nyoman. (2017). *Analisis Penggunaan Fashion Androgini Sebagai Media Komunikasi di Kota Denpasar*. Jurnal Universitas Udayana
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penulisan Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Instrans Publishing.
- Setyaningsih, Natalia Regina Devi. (2009). *Studi Deskriptif Tentang Androgenitas Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma*.
<https://repository.usd.ac.id/>
- Skripsi:**
- Tanamal, Yvette. (2018). *Perjuangan Menjadi Androgini di Negeri yang Menuntut Keseragaman*.
- Utami, Metta R. (2018). *Fenomena Penggunaan Instagram Stories (Studi Fenomenologi pada Mahasiswi di Bandung)*.
- Zulvi, Indriana Nadya. (2021). *Studi Fenomenologi Motif Bookstagrammer Indonesia*. Skripsi Universitas Telkom.