

FASHION ANDROGINI PADA AKUN @GENUNERD DALAM PERSEPSI MAHASISWA DI KAB.SIDOARJO

Anisa Hidayathul Mulyana¹; Nur Magfirah Aesthetika²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah, Sidoarjo, Indonesia;

hidayathulanisa@gmail.com¹ fira@umsida.ac.id²

Correspondence : hidayathulanisa@gmail.com

ABSTRAK

Fashion merupakan salah satu bentuk sarana dalam mengekspresikan diri seseorang. Gaya *fashion* androgini mulai banyak ditemui dalam berbagai *platform* media sosial salah satunya, Tiktok. *Fashion* androgini identik dengan transgender, sehingga masyarakat menganggap hal tersebut hal yang tabu dan menyimpang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana penonton akun Tiktok @genunerd memaknai *fashion* androgini dalam media sosial Tiktok. Teori dalam penelitian ini adalah persepsi yang terdiri atas sensasi (stimulus), atensi dan interpretasi. Penelitian ini menggunakan deksripsi kualitatif, dimana peneliti ingin menggambarkan fakta-fakta yang digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai *fashion* androgini pada media sosial Tiktok dalam persepsi penonton akun @genunerd. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan obeservasi. Dalam penentuan subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik snowball sampling. Untuk menganalisis data menggunakan analisis data dari miles dan huberman. Hasil penelitian menghasilkan persepsi pada informan bahwa penampilan *fashion* androgini pada akun Tiktok @genunerd merupakan sebuah kebebasan untuk mengekspresikan diri melalui *fashion*. Namun disisi lainnya masyarakat masih belum menerima laki-laki yang berpenampilan androgini karena faktor norma dan hal yang tabu dalam kehidupan masyarakat.

Kata kunci

Androgini, Fashion, New Media, Persepsi.

ABSTRACT

Fashion is a means of expressing one's self. Androgynous fashion styles are starting to be found on various social media platforms, including Tiktok. Androgynous fashion is synonymous with transgender, so people consider this to be taboo and deviant. The purpose of this study is to analyze how viewers of the Tiktok account @genunerd interpret androgynous *fashion* on Tiktok social media. The theory in this study is perception, which consists of sensation (stimulus), attention, and interpretation. This study uses a qualitative description, where the researcher wants to describe the facts used to obtain an overview of androgynous fashion on the social media Tiktok in the perception of viewers of the @genunerd account. Data collection techniques using interviews and observation. In determining research subjects, researchers used the snowball sampling technique. To analyze the data using data analysis from Miles and Huberman. The results of the study resulted in the perception of informants that the appearance of androgynous fashion on the @genunerd Tiktok account is a freedom to express oneself through fashion. However, on the other hand, society still does not accept men who look androgynous because of the norms and taboos in people's lives..

Keywords

Androgyny, Fashion, New Media, Perception

Pendahuluan

Media sosial menjadi salah satu teknologi informasi yang memberikan kemudahan dalam berkomunikasi. Menurut (Nasrullah, 2021) menjelaskan bahwa media sosial ialah media online yang memungkinkan pengguna menampilkan diri, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, secara virtual membentuk ikatan sosial. (Siregar, 2022) Dapat dikatakan bahwa media sosial sebagai wadah seseorang untuk menciptakan kreatifitas dalam hal berkomunikasi dengan orang lain. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini sosial media telah menjadi salah satu cara bagi individu untuk berbagi. Kehidupan masyarakat dipengaruhi dalam berbagai cara oleh ini. Cara orang berkomunikasi telah banyak berubah karena media sosial. (Siregar, 2022)

Sebanyak 191 juta orang Indonesia adalah pengguna aktif media sosial pada bulan Januari 2022, menurut laporan *We Are Sosial*. Dibandingkan tahun sebelumnya, yang saat itu jumlahnya 170 juta, meningkat 12,35 persen. Teknologi informasi sangat berkembang pesat dengan dibuktikannya banyaknya aplikasi-aplikasi yang bermunculan. Tiktok adalah salah satu platform media sosial yang paling terkenal dan banyak digunakan dalam kemajuan teknologi saat ini, terutama di kalangan pelajar dan kaum muda. (Oktaheriyani et al., 2020)

Pada tahun 2020, Tiktok menjadi aplikasi populer dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan. Tiktok sendiri memungkinkan seorang yang kreatif bisa mengekspresikannya melalui video-video pendek yang bisa menginspirasi banyak orang. Pengguna Tiktok dapat dengan cepat dan mudah membuat video pendek, satu-satunya yang dapat mereka bagikan dengan teman dan dunia. Menjadikan media sosial sebagai standar baru untuk berkreasi bagi pembuat konten online diseluruh dunia, khususnya Indonesia, dan memberdayakan pikiran kreatif sebagai bentuk revolusi konten. (Oktaheriyani et al., 2020)

Banyaknya pengguna Tiktok menghasilkan sebuah akun dengan istilah selebtok atau selebriti Tiktok. Selebtok sendiri adalah julukan bagi orang-orang yang memiliki banyak penggemar karena konten yang dibagikan banyak disukai dan ditonton. Konten kecantikan dan saran cara berpakaian dari *beauty influencer* adalah dua contoh karakteristik konten inovatif yang harus dimiliki setiap akun. Namun, akun Tiktok @genunerd Wisnu Genu ini hanyalah salah satu contoh meningkatnya jumlah *beauty influencer* pria yang kini memiliki *platform* sendiri di industri *fashion* dan kecantikan. Wisnu genu sendiri adalah seorang *content creator* yang dimana kontennya ini berisi tentang *beauty fashion* yang kerap disebut *fashion androgini*. Dengan 961 *followers* Tiktok serta like sebanyak 11.7K menjadikan video kontennya banyak disukai dan dishare oleh pengguna Tiktok lainnya. Tidak hanya itu bahkan videonya mampu menjadi tren di dan menjadi FYP (*for your page*). Wisnu sendiri mengklaim bahwa saat ini berprofesi sebagai seorang model *fashion androgini*, yang kerap menggunakan pakaian bersiluet maskulin dengan aksen feminim dengan tujuan utama adalah pekerjaannya. Wisnu sendiri mempunyai nama panggung genunerd memiliki beberapa *followers* di berbagai media sosial. Wisnu sendiri mengambil job tersebut dengan alasan bahwa dirinya memang sudah tertarik dengan dunia *fashion* sejak SMA. Dengan yang awalnya hanya mengkoleksi majalah- majalah *fashion*, akhirnya ia berinisiatif untuk mencoba *mix and match* beberapa pakaian. Namun hal tersebut hanya berlaku saat ia bekerja saja, untuk kehidupan aslinya dia masih seorang pria yang layaknya menyukai wanita. Melalui akun Tiktoknya, wisnu berhasil mengekspresikan dirinya dengan bebas dan dengan gaya berpakaian baru.

Tren *fashion* ini disebut sebagai Androgini dalam industri mode *fashion*. Pembagian peran yang setara antara tokoh laki-laki dan perempuan sekaligus dikenal dengan istilah androgini. (Sihombing & Rakhmad, 2019) Androgini sendiri adalah sebuah penyatuan karakteristik feminisme dan maskulin dalam diri seseorang baik laki-laki maupun perempuan disaat yang bersamaan.(Wijayakusuma, 2020a) *Fashion* sendiri dapat diartikan sebagai komunikasi non-verbal karena dalam penyampaian pesannya tidak menggunakan kata-kata lisan maupun tertulis. (Perkasa et al., 2017) Pada *fashion* sebagai komunikasi, Barnard membahas *fashion* dan pakaian menjadi cara mengkomunikasikan identitas- identitas kelas, gender, seksualitas serta sosial serta dipahami menjadi fenomena modern serta postmodern.Gaya berpakaian seseorang terus berubah seiring berkembangnya waktu. Gaya berpakaian ini terus berevolusi dengan adanya teknologi yang meningkat, dengan kemajuan itu *fashion* yang ada di Indonesia semakin kreatif dan unik. Pakaian, aksesoris, dan atribut khusus untuk pria atau wanita saja. Namun belakangan ini terdapat perubahan yang cukup signifikan dari kelaziman tersebut. Dunia *fashion* telah berkembang sedemikian pesatnya, sehingga hal yang dulunya dianggap tidak lazim, saat ini menjadi lazim. Fungsi berbusana di masyarakat saat ini lebih cenderung mengarah kepada tindakan sosial daripada sebagai alat pelindung atau penutup tubuh. Di dalam konteks *fashion*, berbusana juga bisa berfungsi sebagai sarana manipulator identitas gender. Gaya telah mengubah kualitas orientasi dengan mengubah laki-laki menjadi anggun, dan perempuan menjadi jantan, atau perpaduan keduanya. Garis yang memisahkan laki-laki dan perempuan menjadi semakin tidak seimbang. Gender merupakan ciri-ciri laki-laki dan perempuan yang terbentuk dalam masyarakat dan berkaitan dengan peran sosial dan budaya.(Lautama, 2021) Namun, arena mode telah mengalami banyak kecenderungan dan penyesuaian.(Perkasa et al., 2017) Di Indonesia, gaya hidup androgini mulai meluas melalui media sosial. Istilah androgini menjadi tenar, terlihat dari beberapa postingan seleb yang menonjolkan *fashion* sebagai karakter androgini.(Wijayakusuma, 2020b)

Ada pro dan kontra dari fenomena androgini di Indonesia. Hal ini karena hak dan kewajiban individu dalam masyarakat Indonesia masih terbagi menurut hubungan biologisnya. Kebanyakan manusia Indonesia paling efektif memahami bahwa jenis kelamin laki-laki adalah maskulin dan perempuan adalah feminim, dan yang di luar jenis kelamin itu aneh atau dianggap menyimpang.(Sihombing & Rakhmad, 2019) Dengan hal tersebut masyarakat menganggap bahwa androgini termasuk juga dalam homoseksualitas dan transgender yang membuat androgini menjadi terdengar menyimpang dan menimbulkan pro kontra yang menyebabkan adanya persepsi muncul diantara masyarakat terhadap model androgini tersebut. Persepsi itu sendiri dapat timbul dikarenakan adanya pertukaran pikiran atau informasi antara satu individu dengan individu lainnya, persepsi juga dapat timbul dikalangan tokoh-tokoh perempuan yang mengetahui adanya model androgini tersebut.(Maura et al., 2020) Persepsi adalah prosedur di mana seseorang dapat memilih, memanipulasi, menyimpan, dan menginterpretasikan statistik yang telah dikumpulkan melalui panca indera, yaitu penglihatan, pendengaran, pengecapan, penciuman, dan rasa.(Belinda, 2022)

Arnold berbicara bahwa gaya androgini dalam majalah *fashion* Jerman justru dijadikan acuan berbusana baik laki-laki maupun perempuan, seperti citra wanita bekerja di majalah memakai jaket atau celana dan beberapa pria menggunakan make up. Arnold menegaskan bahwa *fashion* tidak membedakan laki-laki dan perempuan. Dari sudut pandang psikologis dan perilaku, Arnold memandang *fashion* androgini

sebagai bentuk kecemasan tentang batasan yang dipaksakan oleh gender dan konstruksi sosial yang menjunjung tinggi perbedaan laki-laki dan perempuan.(Perkasa et al., 2017)

Istilah "androgini" telah mendapatkan daya tarik di Indonesia berkat *platform* media sosial seperti Tiktok, di mana beberapa selebritas, termasuk Wisnu Genu, menggambarkan pilihan fesyen mereka sebagai androgini. Wisnu sendiri kerap mengenakan pakaian, makeup, dan aksesoris yang biasanya didesain untuk wanita dalam video yang diunggahnya. Ciri khasnya adalah gayanya yang menjadi ikonik dunia *fashion* maskulin dengan aksen feminim di semua konten unggahannya. Wisnu Genu mendemonstrasikan, melalui video yang diposting di akun Tiktoknya, bahwa pria yang mengenakan pakaian androgini bukanlah hal yang tabu. Selain itu, Wisnu mahir mencocokkan gaya *fashion*nya untuk menyempurnakan penampilannya tanpa mengubah identitas gendernya. Dia menyadari peningkatan riasan dan tren mode tertentu karena dia adalah seorang model. Namun, pakaian pria yang mirip dengan pakaian wanita bertentangan dengan nilai-nilai yang dianut oleh sebagian besar masyarakat Indonesia yang percaya bahwa pria harus bertindak dan berpenampilan maskulin.

Dalam penelitian terdahulu (Lautama, 2021), membahas mengenai sosok awal munculnya tren androgini di dunia *fashion*. penelitian ini melibatkan sebuah brands dan designer dimana mereka mulai memasukkan tampilan gaya androgini kedalam dunia *fashion*. Sehingga penikmat *fashion* tertarik dan terinspirasi untuk mengubah gaya *fashion* mereka, sekaligus berhasil mengekspresikan diri mereka kepada masyarakat. Dalam penelitian (Wijayakusuma, 2020b), membahas mengenai laki-laki androgini bukanlah transgender, mereka hanya mengekspresikannya melalui *fashion*. Menurut mereka, melalui *fashion* eksistensi mereka mulai dikenali karena perpaduan antara karakter feminim dan maskulin. Dalam penelitian lainnya (Perkasa et al., 2017), *fashion* androgini digunakan sebagai bentuk pembebasan diri dari keterbatasan gender dan konstruksi. Mereka bebas untuk mengekspresikan diri mereka dalam bentuk pakaian, gaya rambut hingga aksesoris secara sadar dan tidak sadar. Mereka juga membagikannya ke media guna untuk identitas diri, yang berfungsi membedakan seseorang dengan lainnya.

Penelitian ini menggunakan konsep teori persepsi. Menurut(Mulyana, 2012), persepsi adalah sebuah kesatuan, bentuk-bentuk yang diperoleh manusia berdasarkan pengalaman panca indera. Pengalaman seperti itu biasanya bisa berupa peristiwa, objek, atau hubungan yang pada akhirnya dapat dijelaskan sebagai informasi dan interpretasi pesan. Persepsi merupakan proses yang dialami oleh seseorang untuk dapat mengenali sebuah objek maupun fakta objektif yang menggunakan alat indera individu.(Candra, 2022) Persepsi menurut Joseph Devito (2011;80) menjelaskan bahwa persepsi adalah proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera (indera penglihatan, bau, rasa, sentuhan, dan pendengaran). Persepsi adalah hasil dari apa yang ada di dunia luar dan dari pengalaman, keinginan, kebutuhan dan keinginan. (Indryati, 2016)Stimulus tersebut memiliki berbeda makna dalam diri individu. Sehingga setiap orang dapat mengevaluasi situasi sesuai dengan interpretasi atau maknanya sendiri. Melalui organ indera kita, persepsi meliputi penginderaan (sensasi), perhatian, dan interpretasi. Sensasi adalah pesan yang dikirim melalui penglihatan, suara, sentuhan, penciuman, dan rasa ke otak. . Semua indra punya andil dalam bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Otak menafsirkan pesan nonverbal yang dikirim

melalui penglihatan untuk diinterpretasikan. Dengan demikian, otak menerima kira-kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual.

Persepsi *fashion* androgini Pengikut akun Tiktok perlu memahami bagaimana audiens membangun makna. Di Tiktok, persepsi digunakan untuk mempelajari konten video untuk melihat dan memahami bagaimana audiens penonton konten secara aktif membentuk tanggapan, penerimaan, sikap, dan makna. Penulis tertarik untuk melihat bagaimana para follower memaknai akun Tiktok @genunerd dalam mengartikan *fashion* androgini di media sosial Tiktok berdasarkan penampilan Wisnu Genu yang merupakan seorang model yang suka memamerkan gaya *fashion* maskulin dengan siluet feminis dan mengabadikannya serta membagikannya melalui akun Tiktok miliknya.

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Sebuah penelitian dengan tujuan untuk mencari pengertian yang mendalam perihal adanya suatu tanda-tanda, fakta maupun realita. (Lestari, 2022) Sesuai (Moleong, 2004) penelitian kualitatif adalah penelitian yang berencana untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya, perilaku, penegasan, inspirasi, kegiatan dan lain-lain secara komprehensif dan melalui penggambaran sebagai kata dan bahasa. Jumlah informan yakni 9 orang, adapun karakteristik informan adalah khalayak aktif menggunakan Tiktok, pernah menonton tayangan konten di akun @genunerd. Metode snowball sampling digunakan dalam pengambilan sampel, yaitu metode untuk mencari informan kunci yang memiliki banyak informasi. Untuk keperluan penelitian, beberapa calon responden dihubungi dan ditanya apakah mereka mengenal orang lain yang memiliki karakteristik yang dimaksud. (Nurdiani, 2014) Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara.

Penulis menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman yaitu, aktivitas pada analisis ini terdiri dari tiga tahapan yakni: reduksi data, penyajian data, serta verifikasi atau penarikan kesimpulan. (Lestari, 2022) Proses reduksi data pada penelitian ini peneliti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, sehingga mempermudah untuk melakukan pengumpulan data hasil wawancara kepada informan mengenai *fashion* androgini pada media sosial Tiktok dalam persepsi pengguna. Melalui penyajian data peneliti menyusun dan mengorganisir sesuai dengan kategori data, sehingga data akan semakin mudah dipahami untuk mendukung proses selanjutnya. Lalu langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dimana peneliti mengumpulkan hasil data yang sudah ada. Kesimpulan penelitian ini memuat narasi mengenai *fashion* androgini pada media sosial Tiktok dalam persepsi pengguna.

Hasil dan Pembahasan

Untuk menjawab rumusan penelitian mengenai bagaimana tentang pandangan *fashion* androgini pada media sosial Tiktok dalam persepsi pengguna, peneliti telah mewawancarai terhadap 9 orang informan. Informan adalah orang yang menonton tayangan video di akun @genunerd, dan sebagainya. Merasakan sensasi, atensi, dan interpretasi, adalah tiga komponen persepsi. menampilkan dirinya kepada kita melalui panca indera kita sentuhan, penglihatan, penciuman, rasa, dan pendengaran. (Sulistiawati, 2019)

Sensasi

Otak menerima pesan melalui penglihatan, suara, sentuhan, penciuman, dan rasa yang disebut sebagai sensasi. Dalam ulasan ini, penegasan yang ditangkap oleh artikel akan diberikan ke pikiran sehingga orang dapat memajukan pesan dan menyampaikannya sesuai dengan apa yang mereka lihat dan apa yang mereka dengar. Berdasarkan apa yang mereka ketahui tentang *fashion* androgini dan konten akun Tiktok @genunerd, peneliti mengamati proses pembuatan sensasi.

Berdasarkan penelitian, peneliti menemukan informan mengetahui *fashion* androgini melalui beberapa sumber media sosial seperti Tiktok, Youtube dan bahkan sesama teman. Hal tersebut didasarkan dalam pernyataan-pernyataan sebagai berikut:

“sebenarnya dia ini inovatif dan kreatif dalam memadukan beberapa model pakaian, saya mengetahui fashion androgini mulai dari kelas SMP, tapi saat itu saya belum mengetahui apa androgini, jadi saya baru mengetahuinya pada tahun 2020, mengenal pertama kali fashion androgini melalui youtube, kemudian Tiktok” (wawancara dengan akun @glorygirllll, seorang mahasiswa, wawancara pada 3 juni 2023)

“awal saya mengenal fashion androgini pada saat akhir tahun kemaren, saya mengetahui dari aplikasi Tiktok, dia kan model ya sewajarnya bisa memadukan beberapa pakaian agar terlihat bagus untuk diliat oleh penikmat konten”(wawancara dengan akun @petrichorrrainfall, seorang mahasiswa, wawancara pada 3 juni 2023)

“saya sudah mengetahui androgini ketika saya belajar new media, karena di new media banyak memunculkan influencer yang suka mengekspresikan dirinya di media sosial yang dia gunakan. seperti akun @genunerd yang menggunakan aplikasi media sosialnya untuk menunjukkan cara dia mengekspresikan dirinya melalui fashion” (wawancara dengan akun @akuhoodmannya, seorang mahasiswa pada 3 juni 2023)

“kebanyakan dari fyp Tiktok si, karena preferensi tampilan Tiktok saya memang tertarik pada fashion. kebetulan juga saya suka sekali dengan cara dia memadukan beberapa outfit pakaian” (wawancara dengan akun @notachasersostfu, seorang mahasiswa pada 3 juni 2023)

Pendapat lainnya juga dikemukakan oleh informan lainnya yang mengetahui istilah *fashion* androgini pada saat ia menginjak usia SMA, dimana temannya sendiri adalah seorang androgini.

“awalnya suka dengan tipe konten fashion seperti ini karena saya pun penikmat fashion, sebelumnya awal saya mengenal androgini dari masa sma saya, karena teman saya juga seorang androgini, dia seorang perempuan suka dengan pakaian yang feminim dan maskulin” (wawancara dengan akun @akudimana, seorang mahasiswa pada 4 juni 2023)

Pendapat lainnya juga diungkapkan oleh salah satu informan yang tahu *fashion* androgini dari media cetak majalah.

“saya pernah liat dia sebagai model majalah, karena memang dia adalah seorang model androgini, keahliannya dia memang suka berkreasi dan tertarik pada bidang fashion” (wawancara dengan akun @xxellegirl, seorang mahasiswa pada tanggal 3 juni 2023)

Dalam proses sensasi ini, berkaitan dengan apa yang dilihat dan didengar oleh informan. Berdasarkan yang dikemukakan (Perkasa et al., 2017) menjelaskan bahwa

fashion menjadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari dengan memperhatikan *fashion* maka secara sadar dan tidak sadar memengaruhi diri untuk menilai diri seseorang. Dari hasil wawancara dengan informan, mereka memang telah mengenal dan mengidentifikasi mengenai *fashion*. Menurut mereka, yang menarik dari kontennya adalah kreativitas dalam memadukan outfit pakaian yang bisa ditiru atau bisa diaplikasikan ke kehidupan sehari-hari. *Fashion* androgini digunakan sebagai bentuk promosi terhadap profesi pekerjaan. Seperti wisnu, dia adalah model *fashion* androgini sebisa mungkin ia untuk tampil *fashionable* dan modis. Informan juga mengungkapkan tidak membenci hal tersebut, malah ia merasa terinspirasi untuk memadukan beberapa pakaian.

Dari penuturan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam proses sensasi, seluruh informan menanggap objek dalam hal ini mengenai *fashion* androgini dalam akun @genunerd melalui media sosial seperti Tiktok, Instagram dan youtube, majalah serta dalam hal pertemanan. Prosesnya berupa proses bottom-up atau yang biasa dianggap dengan kognisi langsung. Dan kesadaran akan terjadi bila suatu objek berhasil dideteksi oleh indera dan dihubungkan dengan otak. (Sulistiowati, 2019) Di proses ini ketika informan berhasil mengidentifikasi objek dalam akun @genunerd melalui panca indera mereka melalui media sosial layaknya Tiktok, berhasil menyebabkan rasa penasaran serta keingintahuan informan sehingga secara sadar tergerak untuk melakukan pencarian informasi lebih lanjut mengenai objek.

Selain itu, objek tidak hanya berasal dari luar diri seseorang melainkan objek juga bisa berasal dari dalam diri seseorang. Pada hal ini proses sensasi sangat ditentukan serta dihubungkan menggunakan ingatan masa lalu (memori), proses ini disebut proses top-down. Ketika otak menerima objek kemudian objek tersebut akan diolah menggunakan memori yang ada.(Sulistiowati, 2019) Hal tersebut ditunjukkan oleh salah satu informan yaitu dengan akun @akudimana, yang dalam wawancaranya ia menyatakan bahwa ia mengerti konsep androgini dari teman smanya. Ia menjelaskan ketika dirinya SMA sering melihat temannya berpakaian selayaknya androgini yaitu dengan pakaian feminism dengan siluet maskulinpadahal dirinya adalah seorang perempuan. Namun saat itu memang informan belum mengetahui istilah nama androgini. Hal lain juga dijelaskan oleh akun @xxellegirl, dimana ia pernah melihat model *fashion* androgini di buku majalah.

Atensi

Proses pengendalian informasi yang masuk ke dalam kesadaran disebut atensi. Proses ini memiliki kapasitas terbatas dan dapat dikendalikan secara sadar. Akibatnya, cara terbaik untuk mengkonseptualisasikan atensi adalah sebagai proses penyaringan. Seseorang harus terlebih dahulu memperhatikan objek atau rangsangan sebelum menanggapinya atau menafsirkannya. Biasanya, selama proses ini, seseorang hanya berfokus pada satu atau dua bahkan lebih objek daripada semua rangsangan atau objek sekaligus. Perbedaan persepsi dapat diakibatkan oleh perbedaan fokus antara yang satu dengan yang lainnya. Dalam siklus ini pertimbangan juga menggabungkan siklus sadar atau tidak sadar, dalam pikiran internal akan lebih sulit untuk dianalisa karena sifatnya tidak dipahami oleh orang tersebut.

Dalam proses ini peneliti menemukan informan yang beragam, mulai dari mereka melihat konten dalam akun @genunerd sebanyak sekali atau beberapa kali ditonton. Dalam arti ini informan telah sadar dan menaruh perhatian dalam akun Tiktok tersebut, sehingga membangun asumsi bagaimana mereka memandang ekspresi diri melalui

fashion androgini yang ditampilkan dalam akun Tiktok @genunerd. Proses atensi dapat dilihat dari pernyataan-pernyataan berikut.

"saya memiliki ketertarikan terhadap akun tersebut karena memang kontennya berhasil mengekspresikan dirinya di media sosial sebagai model fashion androgini" (wawancara dengan @glorygirl111, seorang mahasiswa, pada tanggal 3 juni 2023)

"karena pekerjaan @genunerd sebagai model fashion androgini saya jadi penasaran tentang bagaimana kesehariannya, serta saya juga tertarik terhadap bagaimana ia berinovasi dalam fashion" (wawancara dengan akun @petrichorainfall, seorang mahasiswa pada tanggal 3 juli 2023)

"dia ini multifashion, professional karna dia memang menunjukkan androgini saat bekerja saja tidak untuk kesehariannya. konten yang mengarah ke daily kesehariannya dalam pekerjaannya sebagai seorang model fashion androgini" (wawancara dengan akun @akuhoodannya, seorang mahasiswa pada 3 juni 2023)

Disisi lain terdapat pula, perbedaan pendapat yang disampaikan oleh salah satu informan yang terinspirasi dari gaya dia berpakaian.

"saya sebagai penyuka fashion, bisa digunakan sebagai referensi untuk ootd bagi kaum wanita" (wawancara dengan akun @notachasersostfu, seorang mahasiswa, pada 3 juni 2023)

Informan lain juga berpendapat bahwa *fashion* androgini dapat membawa pengaruh dalam lingkungan

"takutnya berpengaruh terhadap laki-laki yang memang memiliki basic tentang suka make up, suka menggunakan baju-baju feminim, sehingga secara ga langsung dapat mempengaruhi alam bawah sadar mereka. seperti ooo ini insprasiku berpakaian, bermake up" (wawancara dengan akun @zkbby, seorang mahasiswa pada tanggal 4 juni 2023)

Menurut (Candra, 2022) bahwa indera dan syaraf seseorang dapat mempengaruhi proses persepsi. dalam hal ini, informan mengatakan bahwa konsep *fashion* androgini memang sesuai dengan yang ditampilkan oleh akun @genunerd. Dengan didukungnya fakta bahwa memang Wisnu Genu sendiri seorang model *fashion* androgini. Terlebih lagi karakter yang dimiliki Wisnu, yang mampu menginspirasi, percaya diri dan memiliki segudang prestasi. informan sendiri mengaku bahwa menginspirasi dirinya untuk lebih percaya diri. hal ini disebabkan oleh stimuli yang menonjol, misalnya konten dimana ia mampu menciptakan gaya *fashion*nya sendiri dengan memanfaatkan beberapa aksesoris seperti topi, kacamata, tas dan lainnya.

Rasa ketertarikan informan terhadap akun @genunerd membuat munculnya persepsi positif atas dirinya. Dari ketiga informan tersebut, @genunerd digambarkan sebagai sosok yang berani mengekspresikan dirinya lewat *fashion* androgini dalam media sosial. Selain munculnya persepsi positif, persepsi negative juga muncul. Persepsi positif dan negative yang terlihat dipengaruhi melalui faktor internal dan eksternal dalam atensi. Faktor sosial budaya (pengalaman masa lalu) dan faktor psikologis (ketertarikan dan kemauan) merupakan faktor internal dalam atensi. Sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi yakni adalah atribut objek yang dipersepsi seperti gerakan, intensitas, kontras, kebaruan dan perulangan objek yang dipersepsi.

Interpretasi

Interpretasi adalah tahap paling penting dalam persepsi. Informasi yang kita terima dari satu atau lebih indera kita adalah apa yang kita tafsirkan. Sebaliknya, kita

harus menafsirkan makna yang kita yakini paling mencerminkan objek daripada menafsirkan maknanya secara langsung.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap akun @genunerd, peneliti mengamati ada 2 persepsi yang muncul, yaitu:

Persepsi positif

Informan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa konsep berpenampilan *fashion* androgini bukan hal yang aneh. Apalagi di era yang serba modern dan teknologi yang semakin canggih. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa pernyataan informan yakni

“menurutku si layak-layak saja si, karena dia hanya menunjukkan jati diri dan melakukan hal tersebut hanya untuk dirinya sendiri” (wawancara dengan akun @zkfby, seorang mahasiswa, pada tanggal 4 juni 2023)

“menurutku pribadi si dia ga ganggu sama sekali ya, ya karena hanya mengekspresikan beberapa outfit fashion yang dia gunakan as a model fashion androgynous” (wawancara dengan akun @xxellegirl, seorang mahasiswa, pada tanggal 3 juni 2023)

Selain itu muncul pendapat lain dari seorang informan yang mempunyai teman seorang androgini

“awalnya emg kaget tapi balik lagi itu kan kehidupan dia kita ga bisa ngatur hidup org semau kita selama dia ga merugikan org lain gpp itu pilihan dia. Soalnya pasti banyak pertimbangan yg dia pikirkan sebelum mantap menjadi seperti itu” (wawancara dengan akun @akudimana, seorang mahasiswa, pada tanggal 4 juni 2023)

Hal lain muncul dari informan @user100420012 yang menyatakan gaya *fashion* androgini dapat meningkatkan rasa percaya diri

“kebanyakan orang yang berpenampilan androgini itu merasa lebih percaya diri jika dia menjadi gender yang dia mau daripada gender aslinya” (wawancara dengan akun @user100420012, seorang mahasiswa pada 4 juni 2023)

Dari persepsi positif diatas, para informan mengatakan bahwa gaya *fashion* androgini @genunerd tidak melanggar norma dan nilai sosial, serta bukan suatu penyimpangan melainkan sebuah bentuk mengekspresikan sisi lain dari dirinya. Selagi tidak merugikan orang lain, dan masi memiliki sopan santun serta dapat menyesuaikan dengan lingkungan mengapa harus menjudge seseorang.

Persepsi negatif

Faktor sosial budaya juga menjadi pengaruh penting dalam mempengaruhi persepsi informan, hal tersebut dibuktikan dari beberapa pernyataan berikut ini

“lebih ini dipandang aneh si karena kan berpakaian seperti itu terlihat lebih berlebihan dalam berpakaian” (wawancara dengan akun @akudimana, seorang mahasiswa pada 4 juni 2023)

“Masih menjadi hal yang tabu kalau di lingkungan terdekat, karena menurut mereka androgini mengarah ke banci/transgender, dan hal tersebut dapat merusak moral lingkungan” (wawancara dengan akun @akuhoomannya, seorang mahasiswa pada 4 juni 2023)

“saya kalo dibilang jijik si bukan ya, namun menurut orang-orang menyebutnya haram karena tidak sesuai dengan aturan agama, lebih ke dikucilkan si sama lingkungan, kan padahal aslinya dia hanya mengekspresikan dirinya diatas seni fashion” (wawancara dengan akun @petrichorainfall, seorang mahasiswa pada tanggal 3 juni 2023)

Dalam beberapa pernyataan diatas mengatakan bahwa faktor negatif berasal dari nilai moral masyarakat. Sehingga *fashion* androgini memang belum banyak diterima oleh lingkungan masyarakat luas. Selain itu masih dianggap tabu/ menyimpang dari ajaran agama masyarakat. Hal tersebut dengan dibuktikannya masih kuatnya norma masyarakat yang berlaku.

Hal ini diungkapkan dalam penelitian (Candra, 2022), bahwa millennial memiliki jiwa toleransi yang tinggi sehingga bisa menerima berbagai pandangan dan pola pikir. Menurut beberapa informan mereka memang setuju dengan *fashion* yang dikenakan oleh Wisnu, dimana ia hanya menunjukkan jati diri dan mengekspresikannya lewat media yang dia punya. Informan juga berpikiran bahwa lebih percaya diri dengan apa yang dia pilih, karena tidak mudah untuk memutuskan orang harus bisa melakukan hal tersebut. Dilain sisi ada informan yang memberikan pandangan buruk ke lingkungan sekitar

Kesimpulan

Setelah melakukan beberapa wawancara kepada informan, maka peneliti menyimpulkan beberapa kesimpulan yakni.

Proses sensasi yang berupa rangsangan yang diberikan oleh informan setelah menonton konten dalam akun @genunerd, diawali oleh rasa keingintahuan informan terhadap objek ditangkap langsung oleh panca indra. Sehingga informan memperoleh pengetahuan mengenai *fashion* androgini dalam akun @genunerd melalui media sosial, buku majalah dan teman sepermainan. Proses atensi yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Berdasarkan peneliian yang sudah dilakukan faktor ini berada pada tingkat psikologis dimana informan ini telah sadar memiliki ketertarikan dalam menonton konten di akun Tiktok @genunerd menjadi suatu faktor pembentuk persepsi. Ditahap ini informan memberikan intensitas ketertarikan terhadap kontennya yang berupa cara berpakaian yang menunjukkan bahwa dia adalah seorang model *fashion*. Serta faktor internalnya disebabkan oleh faktor biologis dimana konten dapat mempengaruhi informan dalam hal sebagai motivasi berpakaian. untuk faktor sosiopsikologis tayangan konten lebih menarik para perhatian untuk ditonton. Proses interpretasi yang dihasilkan dari informan, adalah *fashion* androgini merupakan ajang untuk mengekspresikan diri bukan untuk mempengaruhi pandangan orang lain. Dalam lingkungan masyarakat *fashion* androgini dianggap tabu atau hal yang menyimpang karena dapat merusak moral lingkungan.

Berdasarkan penelitian ini, terdapat keterbatasan riset dalam hal pengumpulan data, objek yang lama tidak memperbarui akun sosial media Tiktoknya. Proses pengambilan data yang kurang mendalam karena terhambatnya informan dan terbatasnya waktu. Penelitian ini juga dapat menjadi lahan pembuka untuk penelitian berikutnya, terkait dengan menganalisa suatu objek yang ada di media sosial.

Referensi

- Arnold, R. (2001). *Fashion, Desire and Anxiety*. In *Fashion, Desire and Anxiety* (1st ed.). Bloomsbury. <https://doi.org/10.5040/9780755699278>
- Belinda, B. C. (2022). *Persepsi Dan Reaksi Generasi Z Terhadap Fenomena Gender Fluid Dan Gaya Fesyen Androgini*. 5(2).
- Candra, J. K. (2022). PERSEPSI MAHASISWA LAKI-LAKI DI KOTA SURAKARTA PADA *FASHION ANDROGINI* DI INSTAGRAM JOVI ADHIGUNA. *Canadian Journal of Anesthesia*, 6. <https://doi.org/10.1007/BF03017362>

- Devito, J. A. (2011). Komunikasi Antarmanusia. In P. Books. (Ed.), *Komunikasi Antarmanusia. Kuliah Dasar*.
- Indryati, R. M. (2016). *Memahami Persepsi Masyarakat Dalam Memberikan Respon Pada Komunitas Hijabers*.
- Jalaluddin Rakhmat. (1999). *Psikologi Komunikasi* (T. Surjaman (ed.)). PT. Remaja Rosdakarya.
- Lautama, C. A. (2021). Gaya Fashion Androgini Dan Kemunculan Sosok Non-Binary. *Moda*, 3(1), 1–13.
- Lestari, S. (2022). *PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO*.
- Ling, J., & Catling, J. (2012). PSYCHOLOGY EXPRESS; COGNITIVE PSYCHOLOGY. In R. Rahmat & A. Maulana (Eds.), *Erlangga*. Erlangga.
- Maura, A., Atnan, N., & Ip, S. (2020). Persepsi Tokoh Perempuan Terhadap Model Fashion Androgini Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 7(1), 1816–1824. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11820>
- Moleong, J. L. (2004). Metode Penelitian Kualitatif. In *Sutarno, Budi*. PT. Remaja Rosdakarya. <http://digilibfkip.univetbantara.ac.id/materi/Buku.pdf>
- Mulyana, D. (2012). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, PT. In *Remaja Rosdakarya, Bandung* (edisi ke-2). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2021). Media Sosial Presektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi. In *Bandung: Simbiosis Rekatama Media* (Vol. 2016). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Oktaheriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7–52. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/3504>
- Pambudi, N. S. H., Haldani, A., & Adhitama, G. P. (2019). Studi Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap Genderless Fashion. *Jurnal Rupa*, 4(1), 54. <https://doi.org/10.25124/rupa.v4i1.2249>
- Perkasa, S., Ayu, I. D., Joni, S., Nyoman, N., & Pascarani, D. (2017). Analisis Penggunaan Fashion Androgini Sebagai Media Komunikasi di Kota Denpasar. *E-Jurnal Medium*, 1(1), 1–11.
- Sihombing, H. L. S., & Rakhmad, W. N. (2019). Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita. *Interaksi Online*, 7(4), 350–360. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.%0Aphp/interaksi%02online/article/view/24955>.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sulistiowati, W. (2019). *PERSEPSI MAHASISWA UKSW TERHADAP FASHION ANDROGINI DI VLOG JOVI ADHIGUNA HUNTER [UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA]*. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/20294?mode=full>
- Wijayakusuma, P. K. F. (2020a). *EKSPRESI ANDROGINI MELALUI FASHION (Studi Kasus Pada Pria Androgini di Kota Makassar) Oleh : Putri Kumalasari Fadly Wijayakusuma Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*.
- Wijayakusuma, P. K. F. (2020b). *Masculine : Laki-laki Mengekspresikan Androgini Melalui Fashion*. 3, 137–159.
- Belinda, B. C. (2022). *Persepsi Dan Reaksi Generasi Z Terhadap Fenomena Gender Fluid Dan Gaya Fesyen Androgini*. 5(2).
- Candra, J. K. (2022). *PERSEPSI MAHASISWA LAKI-LAKI DI KOTA SURAKARTA PADA FASHION ANDROGINI DI INSTAGRAM JOVI ADHIGUNA. Canadian Journal of Anesthesia*, 6. <https://doi.org/10.1007/BF03017362>
- Indryati, R. M. (2016). *Memahami Persepsi Masyarakat Dalam Memberikan Respon Pada*

Komunitas Hijabers.

- Lautama, C. A. (2021). Gaya *Fashion* Androgini Dan Kemunculan Sosok Non-Binary. *Moda*, 3(1), 1–13.
- Lestari, S. (2022). *PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO.
- Maura, A., Atnan, N., & Ip, S. (2020). Persepsi Tokoh Perempuan Terhadap Model *Fashion* Androgini Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 7(1), 1816–1824.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11820>
- Moleong, J. L. (2004). Metode Penelitian Kualitatif. In *Sutarno, Budi*. PT. Remaja Rosdakarya.
<http://digilibfkip.univetbantara.ac.id/materi/Buku.pdf>
- Mulyana, D. (2012). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, PT. In *Remaja Rosdakarya, Bandung* (edisi ke-2). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2021). Media Sosial Presektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosoteknologi. In *Bandung: Simbiosis Rekatama Media* (Vol. 2016). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110.
<https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Oktaheriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (2020). Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7–52. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/3504>
- Perkasa, S., Ayu, I. D., Joni, S., Nyoman, N., & Pascarani, D. (2017). Analisis Penggunaan *Fashion* Androgini Sebagai Media Komunikasi di Kota Denpasar. *E-Jurnal Medium*, 1(1), 1–11.
- Sihombing, H. L. S., & Rakhmad, W. N. (2019). Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita. *Interaksi Online*, 7(4), 350–360.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.%0Aphp/interaksi%02online/article/view/24955>.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sulistiwati, W. (2019). *PERSEPSI MAHASISWA UKSW TERHADAP FASHION ANDROGINI DI VLOG JOVI ADHIGUNA HUNTER* [UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA].
<https://repository.uksw.edu/handle/123456789/20294?mode=full>
- Wijayakusuma, P. K. F. (2020a). *EKSPRESI ANDROGINI MELALUI FASHION (Studi Kasus Pada Pria Androgini di Kota Makassar) Oleh : Putri Kumalasari Fadly Wijayakusuma Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*.
- Wijayakusuma, P. K. F. (2020b). *Masculine : Laki-laki Mengekspresikan Androgini Melalui Fashion*. 3, 137–159.