



**Kontruksi Identitas Virtual Androgini di Media Sosial Instagram
(Studi Deskriptif pada Selebgram Jovi Adhiguna Hunter dalam Media Sosial Instagram)**

Devi Wiidyawati

*Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa
Karawang*

E-mail: deviwidiyawati0812@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima: 5 Maret 2021
Direvisi: 28 Maret 2021
Dipublikasikan: April 2021
e-ISSN: 2089-5364
p-ISSN: 2622-8327
DOI: 10.5281/zenodo.4657209

Abstract:

Entering the virtual world sometimes also involves openness in one's identity as well as directing how the individual identifies or constructs himself in the virtual world. Virtual identity is seen from activities in building networks, making friends, and ultimately expressing feelings virtually in the communication process. Sandra Bem explains extensively about gender which she describes as a journal that describes an inventory of gender measurements named, The Bem Sex Role Inventory (1974). Where one of these inventories is gender androgynous. This androgynous gender identity looks very attached to someone named Jovi Adhiguna Hunter. Jovi Adhiguna Hunter is an influencer from Indonesia who presents his figure as someone who is part of the androgynous gender. The androgynous virtual identity he brought to life through Instagram's social media. This type of research used in this research is descriptive qualitative. This research is used to find out how the construction of identity Androgyny Virtual Identity Construction in Instagram Social Media. Where the data obtained through documentation techniques and online data tracing. Furthermore, the research results explain that Instagram social media can construct androgynous identity through visible visualization by uploading photos and videos. Jovi Adhiguna's androgynous virtual identity is often displayed on Instagram social media, for example through how to dress, make up or make-up, accessories, aya or pose like an androgynous person.

Keywords: *Virtual Identity Construction, Androgyny, Jovi Adhiguna Hunter, Instagram social media.*

PENDAHULUAN

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Menurut McNamus (dalam Nasrullah, 2014, 1) bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dahulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media yang melimpah. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menuntut kita agar tanggap dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan teknologi canggih sebagai alat untuk berkomunikasi. Teknologi akan selalu berkembang dengan cepat dan menimbulkan berbagai pengaruh bagi kehidupan manusia.

Internet atau *interconnection networking* sudah menjadi media baru yang memberikan akses kemudahan bagi penggunaannya diseluruh dunia. Internet atau *interconnection networking* sudah menjadi media baru yang memberikan akses kemudahan bagi penggunaannya diseluruh dunia. Dunia maya atau *cyberspace* merupakan media elektronik dalam jaringan komputer yang dipakai untuk keperluan informasi dalam komunikasi. Komunikasi yang dimaksud ialah komunikasi satu arah ataupun timbal balik yang dilakukan secara *online*. Hadirnya internet dan dunia maya atau *cyberspace* tersebut, mendorong munculnya media sosial. Media sosial sendiri bertindak sebagai media yang memediasi komunikasi yang dilakukan secara virtual (*online*).

Media sosial juga merupakan ruang dimana pengguna atau *user* tidak dibatasi jarak dan waktu. Salah satu bentuk dari media sosial yang ada dalam dunia maya atau *cyberspace* adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi di media sosial yang berfungsi untuk membagikan foto dan video serta menyajikan fitur *instagram story* yang dapat digunakan untuk membagikan foto dan video dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Salah satu yang melakukan banyak aktivitas di

media sosial Instagram untuk memperoleh banyak perhatian dari orang lain dan ingin dikenal oleh banyak khalayak luas adalah Jovi Adhiguna Hunter. Jovi Adhiguna merupakan salah satu selebgram di media sosial Instagram, dia selalu berpenampilan feminim layaknya seorang perempuan. Mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki, barang-barang yang digunakan Jovi Adhiguna rata-rata milik perempuan. Bahkan, dirinya juga melakukan perawatan kecantikan seperti perempuan pada umumnya (dalam Adhiguna, , 2019, 144).

Dari sudut pandang budaya Indonesia Jovi Adhiguna dengan penampilan dan karakternya merupakan sosok yang dianggap menyimpang. Ia sering menggunakan pakaian perempuan dan terkadang menggunakan *make up*, seperti *eyeliner*, *bedak*, dan *lipstick*. Gayanya yang nyentrik menjadi kelebihannya sendiri dalam setiap foto dan video yang diunggahnya di halaman Instagram. Bukan untuk mendapat simpati atau hanya untuk menggundang *followers* tetapi ia mengaku bahwa ia nyaman untuk berpakaian dan bergaya seperti itu (dalam Adhiguna, 2019, 144). Hal ini menimbulkan pro dan kontradari setiap orang yang melihat unggahan di halaman instagram.

Media sosial Instagram Jovi Adhiguna memuat konteks Androgini. Istilah Androgini ini adalah seseorang dimana menunjukkan pembagian peran dalam karakter maskulin dan feminim pada saat yang bersamaan, androgini ini bisa terjadi pada laki-laki dan perempuan. Keberadaan androgini di Indonesia sendiri mulai diketahui oleh masyarakat seiring dengan munculnya berita-berita mengenai *lesbian*, *gay*, *bioseksual*, dan *transgender* (LGBT). Meskipun begitu androgini bukan bagian dari LGBT karena androgini merupakan sebuah identitas perkembangan peran gender. Peran gender menetapkan bagaimana seharusnya perempuan dan

laki-laki berpikir, bertingkah laku, dan berperasaan (dalam Santrock, 2002).

Jovi Adhiguna sering dikatakan seorang *selebgram*. Selebgram itu sendiri sebuah sebutan yang diberikan kepada seseorang pengguna media sosial Instagram yang memiliki *followers* atau pengagum cukup banyak. Tidak ada penanda khusus yang menerangkan bahwa seseorang dapat dikategorikan sebagai seorang selebgram.

Landasan Teori

Identitas Virtual

Menurut Tim Jordan (dalam Nasrullah, 2012, 126) menjelaskan dua kondisi yang bisa menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam berinteraksi di internert, yaitu (1) untuk melakukan koneksitas di *cyberspace* setiap orang harus melakukan *logging in* atau melakukan prosedur tertentu seperti menulis *username* dan *password* untuk membuka akses *e-mail*, situs jaringan sosial, atau laman web lainnya. Ketika prosedur itu dilalui, maka individu akan mendapatkan semacam *their own individualised place* yang hanya bisa diakses oleh individu tersebut saja atau yang bisa disebut dengan istilah akun (*account*); (2) memasuki dunia virtual kadang kala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi atau mengkontruksi dirinya di dunia virtual.

Fenomena inilah yang menurut Tim Jordan (dalam Nasrullah, 2012, 129) dikatakan sebagai tiga elemen dasar kekuatan inidividu di dunia siber, yaitu:

1. *Identity Fluidity*

bermaksud sebuah proses pembentukan identitas secara *online* atau virtual dan identitas yang terbentuk ini tidaklah mesti sama atau mendekati dengan identitasnya di dunia nyata (*offline identities*).

2. *Renovated Hierarchies*

Proses dimana hierarki-hierarki yang terjadi di dunia nyata direka dibentuk kembali menjadi hierarki dunia maya (*online hierarchies*).

3. *Information as reality*

Yakni informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual.

Dengan kata lain, hasil akhir dari *identity fluidity* dan *renovated hierarchies* inilah yang selanjutnya menjadi *informational space*, yakni informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual

Kenyataan membuktikan bahwa identitas individu di *on-line* adalah individu yang memiliki dua kemungkinan, yakni;

1. bisa jadi sama atau bisa jadi berbeda identitas secara *offline*.
2. individu tidak hanya memiliki satu identitas semata, melainkan bisa memiliki identitas yang beragam dengan karakteristik yang berbeda-beda pula di *online* (dalam Nasrullah, 129-130).

Androgini

Androgini adalah sebuah konsep yang di kembangkan oleh Sandra Bem, seorang Psikolog Universitas Stanford pada tahun 1974. Pada tahun 1977, ia mengeluarkan sebuah *inventory* pengukuran jender yang diberi nama *The Bem Sex Role Inventory*. Berdasarkan respon dari item-item ini pada *inventory* individu, individu diklasifikasikan memiliki salah satu dari orientasi peran jender yakni; *maskulin*, *feminisne*, *androgini*, *undifferentiated* (dalam Setyaningsih N. R., 2009). Individu androgini adalah laki-laki atau perempuan yang memiliki angka tinggi pada sifat maskulin dan feminin. Individu *undifferentiated* memiliki angka yang rendah pada sifat maskulin dan feminimnya.

Androgini adalah sebuah bentuk dimana batas-batas feminitas dan maskulinitas itu melebur atau tidak jelas. Berasal dari bahasa Yunani *andro* yang berarti pria dan *gyn* berarti wanita. Dahulu jenis kelamin tidak terbagi dua seperti sekarang, pria, wanita, dan kombinasi diantaranya keduanya adalah pengelompokan yang ada pada awalnya, namun sering berjalannya waktu jenis ketiga tadi menghilang. Istilah “Androgini” muncul sebagai kritik atas hilangnya jenis ketiga tadi (dalam Tracy, 2005, 28). Istilah androgini seringkali digunakan untuk mengacu kepada seseorang yang penampilannya sulit untuk ditentukan jendernya tetapi secara umum tidak digunakan sebagai sinonim interseksualitas, transjender, atau manusia dengan dua jiwa.

Computer Mediated Communication

Menjelaskan bahwa computer, telepon genggam, instrument elektronik lainnya mampu menjadi media dalam proses komunikasi. Selain itu, *CMC* juga menekankan bagaimana komputer memediasi proses komunikasi. Holmes mengatakan (dalam Nasrullah, , 2012, 94) menegaskan bahwa ada empat *point* penting perspektif dalam *CMC*, yaitu:

1. Memfokuskan pada keunikan komunikasi yang terjadi di *cyberspace*.
2. Lebih mengkhususkan diri pada tern “interaksi” dibandingkan dengan “integrasi”, yang lebih mengangkat beragam bentuk interaksi tersebut memiliki makna.
3. Tidak seperti “*media studies*” beberapa pembahasan *CMC* mengungkapkan bagaimana faktor-faktor eksternal mempengaruhi kegiatan komunikasi. Dengan menganalisa *broadcast*, kenyataan sangat sedikit yang mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor eksternal tersebut mempengaruhi konten media, sementara media konten itu

sendiridinilai dari bagaimana ia merefleksikan segala sesuatu diluar media atau realitas non media.

4. Dengan sedikit mengabaikan beragam bentuk interaksi sosial yang mungkin mendukung perspektif *CMC*, dimana komunikasi yang terjadi melalui medium computer berdasarkan pada proses informasi yang dapat dijumpai dalam beragam bentuk.

Cyberspace

Kata *cyberspace* itu sendiri sebelum dipopulerkan Gibson diperkenalkan dalam sebuah novel *Sci-fi True Name* oleh Vernor, seorang novelis yang juga ahli matematika pada tahun 1981. Vernor menggunakan istilah *the other plane* untuk menggambarkan keberadaan sebuah jaringan (dalam Nasrullah, 2012, 19).

Hal inilah yang kemudian ditegaskan oleh Howard Rheingold bahwa *cyberspace* merupakan ruang konseptual dimana semua kata, hubungan manusia, data, kesejahteraan, dan juga kekuatan dimanifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi *CMC* atau *Computer Mediated Communication*.

“*The conceptual space where words, human relationship, data, wealth, and power are manifested by people using CMC technology*” (dalam Nasrullah, 2012, 21)

Cyberspace bisa pula bermakna sebagai medium yang digunakan untuk meningkatkan hubungan atau relasi kearah yang lebih baru .

Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online dimana para penggunanya bisa saling berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lainnya terhubung secara langsung dengan menggunakan jaringan internet. Menurut (dalam Nasrullah, 2017, 16) yang dimaksud dengan media sosial adalah medium di internet yang

memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun bertinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Mandibergh mendefinisikan media sosial sebagai “media yang mawadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*User generated content*)” (dalam Nasrullah, 2017, 11). Media jejaring sosial (*social networking*) merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, efek dari hubungan sosial tersebut (dalam Nasrullah, 2017, 40).

Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan system operasi iOS 7.0 atau yang terbaru, telpon genggam atau Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) ke atas, dan Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App store dan Google Play. Pada tanggal 6 Oktober 2010 instagram dirilis sebagai sebuah aplikasi foto sharing baru dikalangan pengguna *smartphone* (dalam Mujtazib'blog, 2016).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena

tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (dalam Moleong, 2005, 6).

Data-data yang sudah diperoleh kemudian di analisis dengan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis, tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan.

HASIL PENELITIAN

Manusia pada dasarnya tak luput dari komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik itu melalui saluran maupun tidak. Komunikasi menurut (dalam Mulyana, 2007, 46) juga menyarakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi merupakan sarana yang membentuk identitas dan mekanismenya selalau berubah. Identitas menjadi penanda dalam kita berkomunikasi satu sama lain. Dalam berinteraksi satu sama lain, kita menunjukkan simbol-simbol tertentu untuk memberikan pemaknaan, begitu juga sebaliknya dimana seseorang yang menunjukkan simbol tertentu yang mampu kita pahami.

Selain dilakukan secara langsung, komunikasi juga dapat dilakukan secara virtual. Komunikasi ini dinamakan sebagai komunikasi virtual. Menurut Shawn Wilbur (dalam Nasrullah, 2012, 20-21), mengatakan bahwa “*The characteristic of the virtual is thaht is able to produce effects, or to produce itself as an effect even ini the absence of real effect*” karakteristik virtual adalah yang mampu menghasilkan efek atau menghasilkan dirinya sebagai efek bahkan tanpa adanya

efek nyata. Hal tersebut yang memberikan dampak yang luas didalam kultur manusia itu sendiri sehingga segala jenis kebutuhan bisa didapatkan melalui internet .

Perkembangan *cyberspace*, menawarkan wadah bagi penggunanya untuk dapat berinteraksi dilingkungan sosial yang lebih luas tanpa terhalang oleh jarak dan waktu kepada siapapun. Salah satunya melalui media sosial Instagram. Komunikasi yang terjadi pada media sosial Instagram membentuk sebuah interaksi yang terjadi antara individu dengan lingkungan sosial dalam dunia *cyberspace*. Interaksi inilah yang kemudian akan mendorong seseorang untuk mengkonstruksi identitas seseorang secara *online*.

Peneliti juga melihat dari segi penggunaan media atau level ruang media yang dapat digunakan untuk mengkonstruksikan bagaimana identitas virtual yang terjadi dalam media akun Instagram Jovi Adhiguna. Media sosial sendiri merupakan sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa saling berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lainnya yang terhubung secara langsung dengan menggunakan jaringan internet. Menurut Rulli Nasrullah (dalam Nasrullah, 2017, 11) yang dimaksud dengan media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Secara khusus media sosial yang digunakan oleh Jovi Adhiguna adalah media sosial Instagram dengan menggunakan akun pribadinya @Joviadhiguna.

Instagram adalah fitur yang diperuntukkan untuk pengguna istagram agar lebih melekat dalam menggunakan Instagram diaktivitas kesehariannya. Instagram membagikan aktivitas yang “menarik” pengguna untuk diberitahukan pada pengguna lain. Fitur ini

memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video di Instagram. Foto dan video yang dirasa memberikan kesan bermakna bagi pemilik akun dibagikan untuk dikomentari, walau unggahan itu hanyalah sesuatu yang sepele. Unggahan itu adalah bukti aktivitas mereka dalam keseharian, walaupun unggahan bisa merupakan foto dan videoyang diambil sebelumnya.

Akun instagram Jovi Adhiguna menurut pengamatan peneliti, merupakan salah satu akun yang dibentuk oleh dirinya sendiri untuk melakukan komunikasi secara virtual. Akun ini merupakan akun yang dibentuk langsung oleh Jovi Adhiguna. Akun instagram ini dibentuk pada tanggal 10 April 2015, yang bertujuan sebagai alat komunikasi dan untuk menunjukkan identitas virtual yang dibentuk. Jovi Adhiguna adalah seorang selebgram, *content creator*, dan *fashion designer* yang lahir di Bekasi, 24 Juni 1990. Seorang Cancerian ini tidak pernah menduga bahwa Instagram akan menjadi zona baru dalam hidupnya. Bahkan, melalui Instagram, Jovi semakin dikenal dengan berbagai prestasi, salah satunya pernah memenangkan penghargaan sebagai *Breakout Creator of The Year* di *event BeautyFest Asia 2017*. Tidak hanya itu, Jovi juga semakin dicintai oleh para penggemarnya karena sikapnya yang apa adanya ketika tampil dihadapan publik (dalam Adhiguna, 2019, 145).

Dalam dunia virtual Jovi menggunakan akun pribadi karena jovi ingin menjadi dirinya sendiri, menunjukkan bahwa dia sebagai seorang androgini dan berani mengekspresikan apa yang ada dalam perasaannya. Dalam membangun identitas di dunia maya (*cyberspace*) berbeda dengan identitas di dunia nyata. Identitas virtual sendiri merupakan identitas dalam komunikasi melalui teknologi (siber). Hal itu ditegaskan oleh Sherry Tuckle dalam bukunya yang berjudul *The Second Self: Computers And The Human Spirit*(1984) dan *Life On The*

Screen: Identity In The Age Of Internet(1995) (dalam Nasrullah, 2014, 144-145) yang menyatakan, bahwa internet telah menghubungkan miliaran individu dari belahan bumi maupun dalam ruang baru yang berimplikasi pada cara khlayak berpikir selama ini tentang seksualitas, bentuk dari komunitas, dan bahkan identitas sendiri. Diruang siber sangat berbeda dari kenyataan dimana individu akan menemukan dunia baru termasuk identitas baru. Bahkan kondisi yang lebih ekstrem, identitas menjadi palsu, tersamarkan dan individu-individu menjadi lain dilayar komputer.

Penampilan Jovi dalam halaman instagram pribadinya selama ini yang ditunjukkan dalam konten-konten sebagai seorang androgini yang nantinya yang akan dilihat oleh para pengikut atau *followers* dari akun ini. konten-konten yang dimaksud disini adalah konten yang berbentuk foto dan video yang diunggah oleh Jovi menyangkut tentang androgini yang nantinya akan dilihat oleh para pengikut atau *followers* dari akun ini dengan cara atau melalui fasilitas *repost* .

Jovi adhiguna merupakan seorang yang aktif dalam memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada media sosial Instagram, seperti *Insta-story* dan *Sharing* foto dan video. Jovi Adhiguna sering menggunakan fitur *Insta-story* dalam kesehariannya untuk berbagi macam-macam hal dan fenomena yang menurutnya menarik untuk di bagikan kepada *followers*-nya. Dalam mengunggah konten dalam akun Instagram Jovi, baik dari *insta-story* dan *feeds* Instagram miliknya, Jovi ingin menunjukkan kepada *followers*-nya bahwa ia seorang androgini yang sering memakai *style* perempuan, karena selera *fashion* Jovi itu tidak terbatas sama satu gender.

Bagi Jovi media sosial khususnya Instagram, siapapun pasti ingin menampilkan dirinya sebaik mungkin, penampilan merupakan hal yang sangat penting bagi diri Jovi, karena melalui penampilan seorang akan dilihat

bagaimana karakternya dirinya seperti apa. Jovi mengatakakan dalam bukunya:

“Aku sendiri memutuskan untuk berpenampilan androgini seperti ini, membuat aku lebih bahagia karena aku bisa lebih leluasa mengekspresikan diri, dan menunjukkan diri aku yang sesungguhnya. Kalau ditanya alasan aku berpenampilan seperti ini, jawabannya ya karena aku merasa fashion sense aku itu nggak cuma terbatas satu gender aja sih. In my opinion, androgini adalah orang yang nggak terikat dengan satu gender dalam hal berpakaian. Jadi, bisa stye cewe, bisa style cowok”.

Hal tersebut yang mendorong Jovi untuk membentuk dirinya dalam media sosial sebagai seorang Jovi yang bisa diterima dilingkungan media sosialnya khususnya di media sosial Instagram. Jovi mengaku, ingin tampak sebagai seorang yang apa adanya, ia menyadari bahwa orang-orang yang berani beda pasti bakal ketemu hal-hal yang tidak mengenakan.

Media sosial Instagram pada dasarnya, menawarkan media dalam berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain, dengan menggunakan fasilitas internet. Berdasarkan hasil penelitian, Jovi Adhiguna dalam menggunakan media sosial Instagram , ia mengkontruksikan identitas diri nya di media sosial Instagram. Di media sosial identitas diri dimaknai dengan beragam, dari yang berbeda dengan dunia nyata (*real*) atau bahkan yang relatif mendekati identitas dengan dunia nyata (*real*). Identitas pengguna di media sosial Instagram diakui agak berbeda akan tetapi ada juga pengguna yang ingin dimaknai sama.

Kontruksi identitas melalui media sosial instagram dapat dilakukan oleh Jovi melalui berbagai bentuk baik menggunakan bahasa verbal atau non verbal atau bisa juga melalui ciri khas yang diunggahnya di Instagram. Foto dan video dapat mengkontruksi identitas

seseorang pengguna media sosial, seperti melalui foto dan video yang diupload dan tulisan di *caption* foto dan video. Tulisan juga dapat mengkonstruksi identitas seorang pengguna media sosial misalnya melalui nama yang digunakan, informasi atau isi yang dimuat seperti tulisan berupa *caption* atau keterangan foto, bio dalam profil Instagram.

Pembentukan identitas individu dalam mengkonstruksi di media sosial kadangkala sama dengan berbeda dengan dunia nyata (*real*). Jovi mengaku di media sosial mampu bersifat lebih terbuka atau bebas mengungkapkan pikiran dan perasaannya. Hal itu disebabkan dirinya di media sosial tidak perlu ditunjukkan atau memerlukan keberadaan orang lain tidak perlu ditunjukkan atau memerlukan keberadaan orang tertentu sehingga Jovi harus mempertimbangkan orang tersebut. Di ambil dari pengakuan Jovi maka dapat dikatakan media sosial dapat menjadi alat konstruksi diri seperti yang diinginkan oleh penggunaannya. Melalui pilihan kata, gambar yang diupload atau di unggah, komentar yang di dibuat pengguna dapat memperkirakan kesan atau makna yang terbangun tentang dirinya. Atau Jovi memahami media sosial dapat menjadi tempat membentuk identitas diri seperti apa yang dia inginkan.

Proses konstruksi identitas di media sosial bagi Jovi sangat dipengaruhi oleh siapa saja yang mengakses akun miliknya, sehingga itu menjadi kontrol terhadap proses konstruksi yang dibangunnya. Jovi sebagai seorang manusia tampaknya juga memahami ada perbedaan batasan nilai-nilai individu, kelompok atau lingkungannya.

Dengan kata lain dapat dimaknai identitas virtual pada pengguna media sosial pada dasarnya tidak tunggal atau sama, akan tetapi tergantung konteks dan peran yang dipilihnya. Terkait dengan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kebutuhan orang dalam hal ini pengguna media sosial untuk membuat identitas

virtual yang beragam dapat dilakukan melalui media sosial.

KESIMPULAN

1. Identitas virtual androgini yang sering ditampilkan di media sosial Instagram misalnya seperti cara berpakaian, tata rias atau *makeup*, aksesoris. gaya atau *fose* yang seperti androgini tersebut ditunjukkan oleh foto-foto atau video yang diunggahnya melalui media sosial Instagram.
2. Konstruksi identitas sosial yang ditampilkan Jovi di media sosial Instagram sebagai media yang memberikan informasi dan hiburan sesuai dengan apa yang diinginkan, selain itu juga memberikan kepuasan untuk Jovi sendiri untuk bisa mengekspresikan diri menunjukkan dirinya yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiguna, J. (2019). *Uncommon Way*. Jakarta: Rommancious.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif "Edisi Kedua"*. Jakarta: PT. Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Mujtajib'blog. (2016, Agustus 5). *Pengertian, Instagram dan Sejarahnya*. Retrieved September 16, 2019, from *Pengertian, Instagram dan Sejarahnya*: <https://mujtajib.wordpress.com/2016/08/05/pengertian-instagram-dan-sejarahnya/>

- Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi Antar Budaya Siber*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori & Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Pespektif Komunikasi, Budaya & Sosioteknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saifuddin, A. (2005). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Santrock. (2002). *Perkembangan Massa Hidup Edisi 5 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Setyaningsih, D. R. (2005). Studi Deskriptif Tentang Androgenitas Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma. *Studi Deskriptif Tentang Androgenitas Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma, -*.