

***Self-disclosure* individu androgini melalui instagram sebagai media eksistensi diri**

Gabriella Jacqueline

STIKOM The London School of Public Relations

Jalan KH. Mas Mansyur Kav. 35, Jakarta Pusat, Indonesia

Email: gbrljacqueline@gmail.com/ Phone +6285779096531

How to Cite This Article: Jacqueline, G. (2019). Self-disclosure individu androgini melalui instagram sebagai media eksistensi diri. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2). doi: 10.25139/jsk.3i2.1497

Received: 31-03-2019,
Revision: 13-04-2019,
Acceptance: 22-04-2019,
Published online: 02-07-2019

English Title: Self-disclosure androgynous individuals through instagram as a medium of self-existence

Abstract People are divided into two characteristic, feminine and masculine. As the time goes by, people recognize the new gender which is androgyny. The evolution of androgyny can't be separated from the role of social media, one of them is Instagram. Instagram is currently being used by androgynous individuals to do self-disclosure. One of the Androgynous individuals in Indonesia is Jovi Adhiguna Hunter who does self-disclosure on Instagram through lifestyle content. By using the self-disclosure theory by Joseph A. Devito, researchers focused on the self-disclosure dimension featured by Jovi Adhiguna Hunter. This research is a qualitative research using in-depth interview and non participant observation as data collection technique. Data analysis techniques used are Interactive Model Miles and Huberman. The result of this research stated that Jovi Adhiguna actively uses Instagram by using the insta stories feature and uploading photos and videos in feeds to do self-disclosure. He often shares positive content and is honest with his personality as an androgynous individual. Jovi is also close and friendly towards his followers so that he gets his existence as an androgynous individual.

Keywords: *Self-disclosure; social media; Instagram; androgyny; self-existence*

Abstrak Manusia mengenal 2 pembagian gender yaitu feminin dan maskulin, namun seiring berjalannya waktu, manusia mengenali gender baru yaitu androgini. Perkembangan androgini tidak bisa dilepaskan dari peran media sosial, salah satunya Instagram. Saat ini Instagram dimanfaatkan oleh individu androgini untuk melakukan *self-disclosure*. Salah satu individu androgini di Indonesia adalah Jovi Adhiguna Hunter yang melakukan *self-disclosure* di media sosial Instagram melalui konten berupa *lifestyle*. Dengan menggunakan teori *self-disclosure* oleh Joseph A. Devito, peneliti memfokuskan penelitian pada dimensi *self-disclosure* yang ditampilkan oleh Jovi Adhiguna Hunter. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang

menggunakan wawancara mendalam dan observasi non partisipan sebagai teknik pengumpulan data. Teknik analisis data yang digunakan adalah Model Interaktif Miles dan Huberman. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa bahwa Jovi Adhiguna aktif menggunakan Instagram dengan memanfaatkan fitur *insta stories* dan mengunggah foto serta video di feeds untuk melakukan *self-disclosure*. Ia seringkali membagikan konten yang positif serta jujur terhadap pribadinya sebagai individu androgini. Jovi juga akrab terhadap *followersnya* sehingga ia mendapatkan eksistensi dirinya sebagai individu androgini.

Kata Kunci: *Self-disclosure; media sosial; instagram; androgini; eksistensi diri*

PENGANTAR

Manusia mengenal dua pembagian gender yaitu maskulin dan feminin. Gender tersebut yang membedakan pria dan wanita serta memberikan peran-peran sosial kepada mereka. Gender dipandang sebagai suatu konsep kultural yang dipakai untuk membedakan peran, perilaku, mentalitas, dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat (Rokhmansyah, 2016). Gender sering diidentikkan dengan jenis kelamin (seks), padahal gender berbeda dengan jenis kelamin. Gender sering juga dipahami sebagai pemberian dari Tuhan atau kodrat Ilahi, padahal gender tidak semata-mata demikian. Gender berbeda dengan seks, meskipun secara etimologis artinya sama sama dengan seks, yaitu jenis kelamin (Rokhmansyah, 2016).

Perbedaan biologis jenis kelamin (seks) merupakan kodrat Tuhan dan oleh karenanya secara permanen dan universal berbeda. Sementara gender adalah perbedaan perilaku antara laki-laki dan perempuan yang dibangun secara sosial, yaitu perbedaan yang bukan kodrat atau bukan ciptaan Tuhan melainkan diciptakan oleh baik laki-laki dan perempuan melalui proses sosial dan budaya yang panjang (Oakley, 1972).

Menurut Pinky Saptiandari mengenai beberapa pemikiran tentang perempuan dalam tubuh dan eksistensi, tubuh termasuk tentang seksualitas dan kesehatan perempuan, serta eksistensi sebagai perempuan dipenuhi paradoks sekaligus ironi. Paradoks dan ironi ditemukan ketika hak-haknya belum sepenuhnya terpenuhi, ada pihak lain secara individual maupun kelembagaan merasa memiliki hak atau mendapat kewenangan untuk mendefinisikan, memberi makna, membuat aturan, bahkan melakukan kontrol terhadap tubuh perempuan atas nama kepatutan, kelaziman, atau bahkan atas nama kekuasaan (Saptiandari, 2013).

Gender adalah suatu sifat yang melekat pada kaum laki laki dan perempuan yang dikonstruksikan secara sosial dan kultural melalui proses panjang. Jadi, gender merupakan konstruksi sosiokultural yang pada dasarnya merupakan interpretasi kultur atas perbedaan jenis kelamin (Rokhmansyah, 2016).

Hal ini didukung oleh pernyataan Butler dalam bukunya berjudul *Gender Trouble*. Menurut Butler, dalam kerangka *heterosexual matrix*,

jenis kelamin kita sudah ditentukan secara biologis. Dengan kata lain, jenis kelamin kita baik perempuan atau laki-laki berdasarkan konvensi budaya dan bahasa yaitu feminin dan maskulin. Jadi, yang menentukan apakah seseorang itu feminin atau maskulin adalah konstruksi sosial dan budaya berdasarkan jenis kelamin kita pada saat kita dilahirkan (Butler, 1990).

Selanjutnya, Butler mengungkapkan dalam esainya, *Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory* (1990: 272), bahwa gender merupakan tatanan kebertubuhan yang tidak memiliki hubungan dengan tubuh dan jenis kelamin itu sendiri, melainkan bersifat ideologis. Ada latar belakang historis yang sudah tercipta bahkan sebelum manusia sempat memilih gender yang ingin ia mainkan: "*A corporeal style, an 'act', as it were. That style has no relation to essential "truths" about the body but is strictly ideological. It has a history that exists beyond the subject who enacts those conventions.*"

Seiring dengan perkembangan zaman, pengetahuan manusia semakin berkembang. Manusia mulai menyadari adanya perbedaan antara konsep jenis kelamin dan gender. Selama ini gender yang dikenal di masyarakat hanya gender feminin dan maskulin, namun kini muncul androgini dan *undifferentiated*. Androgini adalah sebuah konsep yang dikembangkan oleh Sandra Bem, seorang psikolog Universitas Stanford pada tahun 1974. Pada tahun 1977, ia mengeluarkan sebuah *inventory* pengukuran gender yang diberi nama *The Bem Sex Role Inventory*. Berdasarkan respon dari item-item pada *inventory* ini, individu diklasifikasikan memiliki salah satu dari orientasi peran gender: maskulin, feminin, androgini, dan *undifferentiated* (Psikoterapis, n.d).

Dalam diri androgini terdapat perbedaan pembagian karakter maskulin dan feminin dalam satu orang pada saat yang bersamaan. Individu yang feminin adalah seseorang memiliki angka yang tinggi pada sifat feminin dan memiliki angka rendah dari sifat maskulin, individu yang maskulin adalah seseorang yang memiliki angka yang tinggi pada sifat maskulin dan memiliki angka yang rendah pada sifat feminin. 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 femininnya (Psikoterapis, n.d).

Pada perkembangannya, androgini menjadi konsep yang menuai pro dan kontra. Masyarakat belum familiar dengan istilah androgini dan perkembangannya tidaklah sama dengan yang ada di belahan benua lain. Individu androgini cenderung tertutup dalam hal mempublikasikan diri mereka sebagai seorang androgini dikarenakan kebudayaan lokal yang berasumsi bahwa apa yang mereka lakukan tidak sesuai dengan norma dan ajaran agama di masyarakat, namun berbeda hal dengan dunia *fashion*. Kini, konsep androgini banyak berkembang di dunia *fashion* dan *entertainment*. Mulai munculnya

model androgini menjadikan awal tampilnya identitas gender ini dihadapan publik. Contoh androgini dunia yang tersohor adalah Andreja Pejić, Agyness Deyn, dan Ruby Rose. Perkembangan Androgini di kota-kota besar di Indonesia pun mengalami kemajuan yang sangat pesat dan mulai mengungkapkan dirinya, seperti Oscar Lawalata, Darell Ferhostan, Tex Saverio, dan Jovi Adhiguna Hunter (Bobobobo.com, 2015).

Perkembangan androgini pun tidak dapat dilepaskan dari perkembangan teknologi terutama media sosial. Menurut data dari *We Are Social*, Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan pengguna internet terbesar di dunia. Pada awal tahun 2016 pengguna internet ada di angka 88,1 juta, namun kini jumlah pengguna internet di tanah air telah naik sebesar 51 persen ke angka 132,7 juta pengguna pada awal 2017 (Wearesocial.com, 2017). Penggunaan aplikasi Instagram di Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di Asia Pasifik, serta salah satu pasar terbesar di dunia dari total 700 juta pengguna aktif setiap bulan. Padahal, pengguna aktif di awal tahun 2016 hanya 22 juta (Tempo.co, 2017).

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna memotret, mengunggah foto, dan memberikan efek pada foto. Dalam perkembangannya, Instagram mengeluarkan 2 fitur terbaru yaitu Instagram *stories*, dimana para pengguna dapat mengunggah video atau foto singkat yang akan hilang dalam waktu 24 jam dan fitur *Live*, dimana pengguna bisa menyiarkan langsung sebuah kegiatan dalam bentuk video dan ditonton secara *real time* oleh *followers*. Fitur video *live* ini bisa merekam hingga satu jam (Digitalmarketer.id, 2016).

Perkembangan Instagram membuat masyarakat bebas mengekspresikan diri melalui foto dan video yang mereka unggah. Fenomena ini dimanfaatkan oleh individu androgini untuk mengungkapkan dirinya melalui Instagram. Kini aplikasi berbagi foto itu dimanfaatkan oleh androgini untuk mengungkapkan dirinya (*self-disclosure*).

Self-disclosure sangat dibutuhkan oleh manusia. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Johnson (1990) menunjukkan bahwa individu yang mampu dalam keterbukaan diri akan dapat mengungkapkan diri secara tepat; terbukti mampu menyesuaikan diri (*adaptive*), lebih percaya diri sendiri, lebih kompeten, dapat diandalkan, lebih mampu bersikap positif, percaya terhadap orang lain, lebih objektif, dan terbuka. Sebaliknya individu yang kurang mampu dalam keterbukaan diri (*self-disclosure*) terbukti tidak mampu menyesuaikan diri, kurang percaya diri, timbul perasaan takut, cemas, merasa rendah diri, dan tertutup. Johnson mengatakan bahwa ciri-ciri *self-disclosure* tersebut, mempengaruhi kesehatan mental seseorang.

Dalam kehidupan sehari-hari, pengungkapan diri atau *self-disclosure* ini terjadi tidak hanya dalam komunikasi dan interaksi

langsung antar manusia. Namun, proses pengungkapan diri ini dapat pula terjadi pada media perantara, yakni media sosial.

Konteks pengungkapan diri yang dilakukan pada media sosial, umumnya terletak pada cara orang berbagi informasi tentang diri pada berbagai situs media sosial dalam bentuk status, foto/video, *chatting*, komentar, dan lain sebagainya pada individu yang gemar melakukan curahan hati pada media sosial. Mengenai masalah perasaan, isi hati atau hal pribadi biasanya individu cenderung berbagi pada orang yang dipercaya atau pada orang-orang tertentu saja. Namun hal ini justru dipublikasikan melalui akun media sosial. Ini berarti secara tidak langsung banyak informasi mengenai dirinya yang tidak seharusnya dipublikasikan justru diketahui oleh orang lain.

Beberapa alasan membuat komunikasi dunia maya menjadi lebih nyaman dan lengkap dari pada komunikasi langsung bertatap dengan muka dunia nyata. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Larry D Rosen dkk, Ben-Ze-Ev dalam Pamuncak (2011) mengatakan bahwa seseorang merasa aman dalam dunia maya dibandingkan dunia nyata. Sementara itu, Walther dalam Pamuncak (2011) juga mengatakan bahwa seseorang juga merasa dekat jika berada dibalik layar atau dunia maya dibandingkan dunia nyata.

Hal serupa diungkapkan oleh Weaver, Wilhot dan Reide menyimpulkan bahwa yang mendorong seseorang untuk menggunakan media massa paling sedikit ada tiga motif. Motif untuk selalu mengetahui peristiwa atau hal-hal yang ada di lingkungan hidupnya, motif untuk memperoleh hiburan, dan motif untuk sekedar melewati waktu atau mengisi waktu luang.

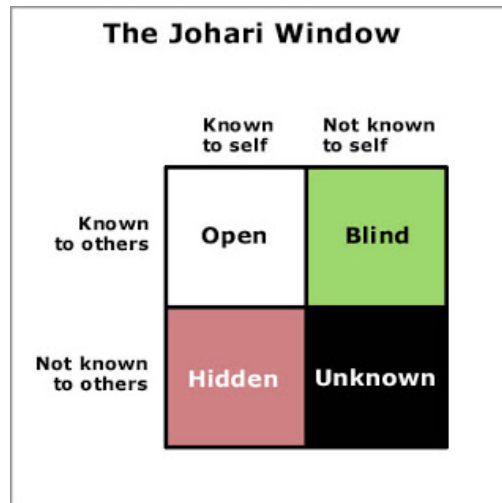
Instagram kini bisa digunakan sebagai media untuk melakukan *self-disclosure* agar mendapat pengakuan dari masyarakat, tak jarang media sosial juga dimanfaatkan para penggunanya sebagai media eksistensi diri. Dalam penelitian ini, *self-disclosure* tersebut digunakan oleh individu androgini sebagai media eksistensi dirinya di masyarakat.

Eksistensi dapat disimpulkan sebagai hasil pengakuan dari seseorang mengenai keberadaan orang lain, yang memiliki sosialisasi di dunia luar. Pengakuan mengenai eksistensi diri seseorang dapat terjadi karena hal-hal yang dilakukan seseorang yang dianggap menarik, memiliki prestasi atau keunikan tersendiri sehingga membuat orang lain menyadari akan keberadaan orang tersebut dan mengakui eksistensi diri yang ia miliki.

Dengan munculnya *self-disclosure* yang dilakukan oleh individu androgini, peneliti ingin mengetahui bagaimana *self-disclosure* melalui media sosial ini dapat mempengaruhi kehidupan individu androgini.

Konsep *Self-disclosure* adalah "infomasi" sesuatu yang sebelumnya tidak diketahui oleh penerima infomasi adalah pengetahuan baru. Agar pengungkapan diri terjadi, suatu pengetahuan baru harus dikomunikasikan. Pengungkapan diri menyangkut informasi yang biasanya dan secara aktif disembunyikan (DeVito, 2011).

Pengungkapan diri dapat dihubungkan dengan konsep diri, hal tersebut dapat dijelaskan dengan Johari Window. Dalam Johari Window diungkapkan tingkat keterbukaan dan tingkat kesadaran tentang diri kita (Rakhmat, 2008).



Gambar 1. Johari Window, dari amypaul.wordpress.com, 2008

Johari Window dibagi atas 4 jendela/bidang/kamar/kuadran yakni, daerah terbuka (*open area*), daerah tersembunyi (*hidden area*), daerah buta (*blind area*), dan daerah tak dikenal (*unknown*).

DISKUSI

Self-disclosure adalah jenis komunikasi di mana kita mengungkapkan informasi tentang diri kita sendiri yang biasanya kita sembunyikan. Seiring dengan perkembangan teknologi, kini *self-disclosure* dapat dilakukan melalui media sosial, salah satunya adalah Instagram. Hal ini dimanfaatkan oleh individu androgini yaitu Jovi Adhiguna Hunter yang menggunakan Instagram sebagai salah satu mediana untuk mengungkapkan diri ke publik. Dengan akun Instagramnya @joviadhiguna ia melakukan pengungkapan diri melalui konten Instagram yang mengandung unsur *self-disclosure* dirinya sebagai individu androgini yaitu laki-laki yang berbusana dan berdandan layaknya seorang wanita.

Bentuk *self-disclosure* yang dilakukan Jovi melalui Instagram sebagai individu androgini antara lain, Jovi seringkali mengunggah konten Instagram yang mengandung konten positif dan jujur terhadap pribadinya sebagai individu androgini, ia juga akrab dan ramah terhadap *followers*nya sehingga semakin terbentuklah eksistensi dirinya sebagai individu androgini.

Jovi Adhiguna Hunter aktif menggunakan Instagram dengan fitur *insta stories* dan mengunggah foto dan video di *feeds* instagram untuk melakukan *self-disclosure* sebagai individu androgini. Pada awalnya Jovi melakukan *self-disclosure* sebagai individu androgini di kehidupan nyata secara *face to face*, namun semenjak adanya media sosial

Instagram dan dukungan positif dari sekitar, Jovi mulai melakukan pengungkapan diri di media sosial mengenai pribadinya sebagai individu androgini serta kehidupan sehari-harinya.

Jovi memanfaatkan *self-disclosure*nya tersebut untuk membagikan konten yang bermanfaat seperti *Youtube Creator for Change* yang menunjukkan perubahan dengan konten-konten yang bermanfaat dan saat ia mendapatkan *award* yaitu *Breakout Content Creator of The Year* dalam ajang *BeautyFest Asia 2017*. Dalam segi konten, Jovi memilih untuk mengunggah konten *lifestyle* seperti *fashion*, *travel*, dan *food*. Jovi seringkali diajak bekerja sama dengan berbagai *brand* lokal maupun internasional. Ia memaksimalkan fitur foto dan video di Instagram untuk menghasilkan gambar yang berkualitas sehingga produk yang diunggah oleh Jovi dapat menarik orang-orang sekitar untuk membelinya.

Ukuran atau Jumlah *Self-disclosure*

Pada teori *self-disclosure*, ukuran atau jumlah *self-disclosure* berkaitan dengan berapa jumlah frekuensi kita dalam menyampaikan pesan dan berapa jumlah informasi diri yang kita ungkapkan atau bisa juga dengan menggunakan ukuran waktu, yakni berapa lama kita menyampaikan pesan yang mengandung *self-disclosure* pada keseluruhan aktivitas komunikasi kita dengan lawan bicara kita. Dalam hal ini, *self-disclosure* yang dilakukan akan sangat tidak terbatas oleh waktu, di mana seseorang dapat kapan saja terhubung dengan aktivitas internet dan melakukan *self-disclosure* pada media sosial (Devito, 1997).

Jovi Adhiguna sebagai narasumber sangat aktif menggunakan media sosial Instagram dengan mengunggah berbagai konten yang menunjukkan *self-disclosure*nya sebagai individu androgini. Dari pernyataan narasumber pun mengatakan bahwa ia sangat aktif menggunakan media sosial Instagram untuk kesehariannya. Berdasarkan hasil observasi nonpartisipan pun ditemukan bahwa *self-disclosure* yang ditunjukkan oleh Jovi dapat dilihat dari jumlah *postingan* Jovi berjumlah 453 *posts* dan dalam sehari Jovi mengunggah 40-50 *insta stories*. "*Kalau insta stories aku aktif banget, kalau foto atau video sendiri tergantung aku ada jadwal postan kerjaan. Kalau dulu awal-awal kan aku belum dapet offer kerjaan, jadi aku masih posting sesuai yang aku mau aja. Tapi kalau sekarang kan mau gak mau aku harus ngebagi mana yang buat sendiri fotonya, mana yang memang harus promosiin barang.*" ungkap Jovi Adhiguna.

Ukuran dan Jumlah ini penting mengingat semakin seseorang sering mengunggah dirinya pada media sosial maka kemungkinan individu tersebut banyak melakukan pengungkapan diri. Frekuensi mencakup gambaran seberapa sering individu mengakses internet dengan berbagai tujuan, yang dinyatakan dalam kurun waktu tertentu. Intensitas akses internet adalah gambaran berapa lama dan sering

responden menggunakan internet dengan berbagai tujuan atau motivasi (Andarwati & Sankarto, 2005).

Intensitas Jovi dalam menggunakan Instagram membuktikan bahwa dengan aktif mengunggah konten di Instagram dapat membuat Jovi mendapatkan eksistensi dirinya, karena dengan *memposting* sebuah konten di Instagram menandakan ia sedang aktif dan ia memberikan informasi mengenai banyak hal secara lebih luas. Selain itu, dengan *memposting* foto maupun video dan dikomentari oleh orang lain maka membuktikan bahwa eksistensi diri Jovi telah diakui oleh orang lain.

Hal ini juga memunculkan saran dan pendapat dari Pakar (Pakar Media Sosial) bahwa dengan *posting* minimal sehari di Instagram memberikan banyak pengaruh, seperti *engagement* dengan *followers* terjaga, mendapat teman baru, dan dalam hal ini Jovi mendapatkan banyak pekerjaan dari melakukan *self-disclosure*, serta mendapatkan eksistensi diri. *"Kita itu kalau enggak posting, ada yang kehilangan. Jadi tingkat posting di Instagram itu menunjukkan kehadiran kita. Sama seperti kita di dunia nyata, kalau kita ada di kamar terus, orang gak liat kita, lama-lama akan lupa dengan kita. Makanya posting minimal sehari di Instagram itu menunjukkan kalau kita masih eksis dan itu pengaruhnya banyak loh. Pengaruhnya apa? Satu engagement sama followers terjaga, kedua mendapat teman baru, mendapatkan fans baru gitu jadi orang makin tertarik"* ungkap Nukman Luthfie, Pakar Media Sosial.

Valensi Self-disclosure

Valensi *self-disclosure* berkaitan dengan kualitas *self-disclosure* berdampak positif atau negatif. Kualitas ini akan menimbulkan dampak yang berbeda, baik pada orang yang mengungkapkan diri maupun pendengarnya (Devito, 1997)

Hasil dari penelitian ini adalah bentuk valensi yang ditunjukkan oleh Jovi merupakan valensi yang positif. Jovi menggunakan bahasa yang sopan karena konten yang dibagikan Jovi merupakan konten *family friendly* sehingga ia sangat menjaga kata-katanya. Jovi rutin mengunggah konten yang memberikan dampak positif kepada *followers*nya. *"Jadi kan memang aku ngejaga banget konten yang ada di channel aku kan. Aku gak ngomong kasar, in daily life, I do ngomong kasar, gak munafik. Tapi aku punya tanggung jawab ke adek-adek kecil yang suka nontonin karena konten aku kan sebenarnya family friendly, jadi semua orang bisa nonton jadi aku bener-bener harus ngejaga apa yang aku omongin."* ungkap Jovi Adhiguna.

Hal ini dibuktikan pada saat Jovi terpilih sebagai salah satu perwakilan dari Indonesia sebagai *YouTube Creator for Change* dan juga mendapatkan *award* sebagai *Breakout Content Creator of the Year* dalam ajang *BeautyFest Asia 2017*. Prestasi tersebut merupakan pembuktian dari valensi positif yang ditujukan oleh Jovi Adhiguna di

media sosial. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bimo Mahendra (Mahendra, 2017) ketika aktivitas yang mereka bangun ini adalah aktivitas kreatif yang baik dan dapat menghasilkan banyak karya tentu para remaja di dalamnya akan sangat terbantu menyalurkan semangat dan ide kreatif mereka dan memperoleh sebuah eksistensi diri yang positif terhadap lingkungan sosialnya.

Selain itu, *followers* Jovi selalu memberikan komentar positif walaupun ada beberapa komen negatif yang diberikan kepada Jovi. Ketika Jovi mendapatkan komen negatif, Jovi tidak memasukan ke hati seperti yang dikatakan oleh Devito, resiko-resiko pasti terjadi ketika seseorang ingin mengungkapkan diri ke publik, seorang yang melakukan *self-disclosure* tidak selalu akan mendapat respon positif. Resiko-resiko yang tidak diinginkan harus dihadapi seperti penolakan pribadi dan sosial, kerugian material, dan kesulitan intrapribadi (DeVito, 2011).

Dengan menunjukan valensi positif pada media sosial memberikan kesempatan untuk Jovi menunjukan kelebihan dan keterampilannya melalui konten Instagramnya. Dengan begitu, *followers* Jovi dapat memperhatikan dan mendapatkan inspirasi dari Jovi. Hal ini kemudian yang membuat Jovi menjadi terkenal dan mendapatkan eksistensi dirinya sebagai individu androgini.

Hal ini juga memunculkan saran dan pendapat dari pakar (Psikolog Sosial dan Pakar Media) bahwa Jovi harus membuat konten yang sesuai dengan *followers*nya, karena definisi menarik untuk setiap orang berbeda-beda sehingga Jovi harus memahami apa yang disukai oleh *followers*nya. Dalam hal ini, Jovi juga harus tetap inovatif dalam mengunggah konten di Instagram karena akan banyak pesaing yang hadir di media sosial, namun Jovi harus tetap konsisten begitu Jovi sudah menetapkan bahwa ia membuat *branding* seorang androgini maka Jovi harus konsisten. Selain itu, seorang yang melakukan *self-disclosure* di media sosial harus membayar dengan ilmu yang bermanfaatnya.

Kecermatan dan Kejujuran

Kecermatan kita dalam melakukan *self-disclosure* ditentukan oleh kemampuan kita mengetahui dan mengenal diri kita sendiri. Maka kita akan dapat melakukan *self-disclosure* dengan cermat. Kejujuran juga merupakan hal yang penting dalam *self-disclosure*. Kadang *self-disclosure* juga sengaja dilebihkan sehingga memancing rasa penasaran dan simpati orang lain (Devito, 1997).

Jovi tidak melakukan pengungkapan yang bersifat *privacy* dan intim, karena yang ia unggah di Instagramnya hanya berupa pengungkapan dirinya sebagai individu androgini. Kecermatan tersebut berkaitan dengan kejujuran Jovi terhadap dirinya sendiri yang terbuka dengan identitas dirinya sebagai individu androgini. Berikut penuturannya "*For me, salah satu faktor teramat penting menurut aku adalah for you to accept yourself, to accept your flaws itu dengan jujur*

ke diri sendiri. Mereka bisa nerima aku apa adanya dan sifat yang selama ini aku sembunyi-sembunyiin ternyata malah itu lah yang mereka suka, diri aku sendiri. Jadi kenapa aku harus malu sama diri aku sendiri?" ungkap Jovi Adhiguna.

Dari analisis penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Jovi termasuk cermat dan jujur dalam melakukan pengungkapannya di media sosial. Jovi secara terang-terangan mengungkapkan identitasnya sebagai individu androgini di media sosial. Kecermatan dan kejujuran Jovi tersebut justru membuatnya disukai oleh *followers* dan mereka dapat menerima Jovi apa adanya. Hal ini didukung oleh pribadi Jovi adhiguna yang *humble* sehingga banyak *followers* yang mengagumi Jovi karena sifatnya.

Selain itu, aspek kejujuran juga terlihat ketika Jovi memaksimalkan *self-disclosure*nya dengan melibatkan media sosial lain seperti YouTube untuk melakukan pengungkapan dirinya dengan cara mengunggah Vlog atau Video Blog di YouTube mengenai pribadinya sebagai individu androgini. Vlog adalah suatu video mengenai opini, cerita atau kegiatan seseorang yang biasanya dibuat pada blog. Salah satu kelebihan dari vlog adalah bisa menjadi sarana mengekspresikan diri.

Jovi menjelaskan bahwa ia adalah seorang lelaki yang mengenakan pakaian perempuan atau androgini. Hal ini berkaitan dengan elemen kejujuran, dimana Jovi tergolong jujur dalam melakukan *self-disclosure*nya. Sedangkan media sosial Instagram digunakan oleh Jovi sehari-hari dalam melakukan pengungkapan dirinya sebagai individu androgini. Dengan melakukan *self-disclosure*, Jovi mendapatkan manfaat yaitu ia merasa nyaman dan lega tidak membohongi dirinya sendiri. Jovi memilih untuk menjadi diri sendiri karena menurutnya menjadi diri sendiri itu tidak salah.

Self-disclosure yang dilakukan oleh Jovi Adhiguna merupakan pengungkapan diri yang apa adanya, ia dengan jujur mengungkapkan dirinya sebagai individu androgini. Dalam pencapaian eksistensi diri, pada dasarnya tidak boleh berlebihan dalam mengekspose sesuatu dari diri kita sendiri, harus tampil apa adanya dan jangan sampai menyinggung perasaan orang lain (Mahendra, 2017). Dengan kecermatan dan kejujuran yang Jovi tunjukkan di media sosial membuat Jovi disukai oleh banyak orang karena pribadinya yang apa adanya, dan kini ia pun mendapatkan eksistensi diri.

Hal ini juga memunculkan saran dan pendapat dari pakar (Psikolog Sosial dan Pakar Media) bahwa ketika melakukan *self-disclosure* di media sosial, Jovi harus cermat karena media sosial memberi kita kesempatan untuk mengkurasi *self* seperti apa yang hendak kita tampilkan dan apa yang hendak kita simpan.

Maksud dan Tujuan

Maksud dan Tujuan *Self-disclosure* terjadi ketika Individu akan menyingkapkan apa yang ditujukan untuk diungkapkan, sehingga

dengan sadar individu tersebut dapat mengontrol *self-disclosure* (Devito, 1997).

Dalam penelitian ini, pada awalnya Jovi tidak bermaksud melakukan *self-disclosure* pada media sosial Instagram. Ia mengakui bahwa ia adalah sosok yang pemalu dan tidak menyukai media sosial. Hal ini berkaitan dengan konsep diri Johari Window yang dibagi atas 4 jendela/bidang/kamar/kuadran yakni, daerah terbuka (*open area*), daerah tersembunyi (*hidden area*), daerah buta (*blind area*), dan daerah tak dikenal (*unknown*) (Rakhmat, 2008). Dalam elemen ini, Jovi Adhiguna berada pada daerah tersembunyi (*hidden area*) dimana meliputi perilaku, perasaan, motivasi serta informasi yang diketahui oleh diri kita sendiri, tetapi tidak diketahui oleh orang lain. Biasanya hal-hal yang disimpan di daerah ini bersifat sangat pribadi. Berikut penuturan Jovi Adhiguna "*Well, pertama aku menggunakan social media itu bukan pengungkapan diri karena dulu aku anaknya memang tidak suka publik*"

Namun ketika ia terjun di situs YouTube dan melihat banyaknya respon positif dari audiens, Jovi mulai masuk ke dunia Instagram. Dari Instagram kemudian Jovi mulai mengunggah konten *lifestyle* yang memperlihatkan dirinya sebagai individu androgini. Selanjutnya ketika pengungkapan diri itu terjadi, maka Jovi sudah berada pada daerah terbuka (*open area*). Berikut penuturan Jovi Adhiguna "*Semenjak aku masuk Instagram itu tuh gaining more confidence di diri aku kayak makin "Oh ternyata semua orang pikirannya gak sesempit itu. Mereka bisa terima aku apa adanya dan sifat yang selama ini aku sembunyi-sembunyiin ternyata malah itu lah yang mereka suka, diri aku sendiri. Jadi kenapa aku harus malu sama diri aku sendiri?"*

Dalam hal ini perilaku dan motivasi Jovi telah diketahui orang lain. Pada daerah inilah, Jovi sering melakukan pengelolaan kesan yang sudah ia bicarakan. Media sosial Instagram pun berperan sangat besar dalam upaya Jovi untuk mengungkapkan dirinya, Jovi mendapatkan banyak manfaat dari mengungkapkan dirinya di Instagram, bahkan dengan mengungkapkan diri di Instagram kini Jovi mendapatkan banyak teman dan pekerjaan.

Selain itu dengan melakukan *self-disclosure* di Instagram, Jovi mendapatkan dukungan positif dan mendapatkan motivasi serta kepercayaan dirinya meningkat, hal ini sesuai dengan pernyataan Liliweri (Liliweri, 2015) dalam buku *Komunikasi Antarpersonal* yang mengatakan bahwa *self-disclosure* adalah cara individu untuk mengungkapkan pikiran, perasaan, dan tindakan yang akan bermanfaat bagi pengembangan diri dan komunikasi yang efektif. Kebiasaan mengungkapkan diri membuat individu tidak menebak atau spekulasi terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Pengungkapan diri membuat seorang dapat mengetahui apa yang harus dibuat demi relasi dengan orang lain.

Dengan melakukan *self-disclosure* di Instagram, Jovi Adhiguna juga mendapatkan eksistensi atau pengakuan dari masyarakat melalui

karya-karyanya yang menginspirasi. Pengakuan mengenai eksistensi diri seseorang dapat terjadi karena hal-hal yang dilakukan seseorang yang dianggap menarik, memiliki prestasi atau keunikan tersendiri sehingga membuat orang lain menyadari akan keberadaan orang tersebut dan mengakui eksistensi diri yang ia miliki. Eksistensi tersebut didapatkan dari karya-karya yang telah dibuat oleh Jovi Adhiguna, dengan melakukan *self-disclosure*, hal ini di manfaatkannya untuk meninspirasi banyak orang melalui karya-karyanya.

Hal ini juga memunculkan saran dan pendapat dari pakar (Psikolog Sosial dan Pakar Media) bahwa setiap orang pada dasarnya membutuhkan pengakuan dari orang lain, seperti yang dikatakan oleh Sudiraja (Sudiarja, 2006) eksistensi diri adalah saat dimana keberadaan manusia dihadapan orang lain. Eksistensi berkesinambungan dengan seberapa sering seseorang bergabung dengan dunia luar. Eksistensi diri bukanlah pengakuan dengan diri sendiri, melainkan pengakuan dari orang lain. Eksistensi dapat disimpulkan sebagai hasil pengakuan dari seseorang mengenai keberadaan orang lain, yang memiliki sosialisasi di dunia luar. Kadarnya berapa banyak itu bervariasi untuk setiap orang. Dalam hal ini Jovi mengungkapkan diri di media sosial kemudian popularitasnya datang sebagai konsekuensinya saja. Yang kemudian menjadi masalah adalah ketika seseorang melakukan *self-disclosure* demi mendapatkan popularitas, karena ketika ada *self-disclosure* yang dilakukan kemudian popularitasnya tidak tercapai itu akan menyebabkan frustrasi sendiri terhadap orang tersebut.

Keakraban

Dalam hal ini kita sudah membicarakan soal kedalaman (*depth*) dan keluasaan (*breadth*) *self-disclosure*. Kedalaman *self-disclosure* ditentukan dari seberapa dalam keakraban kita dengan lawan komunikasi. Semakin akrab kita dengan penerima pesan *self-disclosure* maka akan semakin dalam pula *self-disclosure*nya (Devito, 1997).

Dari hasil penelitian ini, Jovi tergolong akrab dengan *followers*nya. Hal ini juga didukung berdasarkan observasi nonpartisipan yang dilakukan oleh peneliti yang menemukan bahwa Jovi selalu menyempatkan memberikan komentar balasan kepada *followers*nya hampir di semua *posts* yang ia unggah walaupun hanya satu, dua orang. Untuk di fitur *insta stories* sendiri, Jovi selalu melakukan *unboxing* hadiah atau surat yang diberikan oleh fans-fansnya. Walaupun jovi sudah dikenal oleh banyak orang, namun ia tetap menjadi pribadi yang *humble* dan selalu menganggap *followers*nya sebagai teman, hal tersebut yang membuat jovi disukai oleh banyak orang.

Keakraban Jovi dengan *followers*nya juga dibuktikan oleh pernyataan dari salah *fans* Jovi yang juga merupakan admin dari akun @joviswearing yang berisi konten *fashion* yang dikenakan Jovi setiap

harinya. Berikut penuturannya "*Kalau bertemu langsung belum, tapi kalau chat pernah. Menurut aku pribadi kak Jovi itu ramah, baik, dan humble.*"

Ketika ia diundang ke sebuah acara, banyak orang yang antri untuk melakukan foto bersama, bahkan dibeberapa kesempatan, antrian Jovi sempat dibatasi karena terlalu banyak orang yang berminat untuk foto dan ngobrol singkat dengan Jovi.

Jovi berhasil mendapatkan eksistensi dirinya karena pribadinya yang *humble*, sehingga *followersnya* menyukai pribadi Jovi. Menurut penuturan Jovi pun sekarang ini ia mendapatkan banyak teman dimana mana karena salah satu manfaatnya melakukan pengungkapan di media sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bimo Mahendra, begitu pula jika kita sudah mendapatkan sebuah eksistensi diri yang baik, maka kita pun akan secara mudah berteman dengan siapa saja. Dengan banyaknya jalinan pertemanan dengan remaja lain, kita akan mendapatkan informasi berguna lebih banyak. Bukan hanya informasi tetapi kita juga akan berperan sebagai pemberi informasi kepada orang-orang (Mahendra, 2017).

Hal ini juga memunculkan saran dan pendapat dari pakar (Psikolog Sosial dan Pakar Media) bahwa Jovi penting untuk menjaga *engagement* dan hubungan dengan *followersnya* karena menjadi seorang *social media influencer* tanpa sebuah *engagement* tidak akan membuat Jovi berhasil. Sedangkan saran dari Psikolog Sosial adalah keakraban dengan *followersnya* boleh dilakukan atau tidak tergantung dari kenyamanan Jovi, apabila keakraban itu meningkatkan *well-beingnya* sebagai individu maka ia perlu akrab, namun apabila keakraban itu kemudian membuatnya menjadi merasa tidak nyaman dan merasa *privacynya* terganggu maka ia harus memikirkan kembali apakah ia perlu akrab menjalin hubungan dengan *followersnya*.

KESIMPULAN

Instagram mampu menyebarkan potensi dalam masyarakat untuk mengakui eksistensi yang terdapat di dalam diri seseorang. Dalam penelitian ini hal-hal yang dilakukan Jovi Adhiguna Hunter dianggap menarik, memiliki prestasi dan keunikan tersendiri sehingga membuat orang lain menyadari akan keberadaan Jovi tersebut dan mengakui eksistensi diri yang ia miliki.

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah disebutkan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam segi akademis dan praktis pada penelitian mengenai *self-disclosure* individu androgini sebagai media eksistensi diri yaitu bagi para pengguna media sosial Instagram yang ingin melakukan *self-disclosure* agar lebih bijak dalam menggunakannya dengan baik, bagi para pengguna Instagram khususnya *social media influencer* atau *content creator* agar berhati-hati dalam mengungkapkan informasi pribadi ketika *melakukan self-disclosure* serta memperhatikan konten yang hendak diunggah di media sosial,

dan juga konten yang bermanfaat bagi para *followersnya* dan tidak menampilkan hal-hal negatif dan menggunakan bahasa, foto dan video yang sopan.

REFERENSI

- Andarwati, S. R. & Sankarto, B. S. (2005). Jurnal Perpustakaan Pertanian. Pemenuhan Kepuasan Penggunaan Internet Oleh Peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor, Vol. 14(1), 13. Diperoleh dari E-journal: <http://pustaka.litbang.pertanian.go.id/publikasi/pp141052.pdf>
- Bem, S. L. (1974). Journal of Consulting and Clinical Psychology. The Measurement of Psychological Androgyny, 42(2), 155-162. Diperoleh dari E-journal: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.525&rep=rep1&type=pdf>
- Bobobobo.com (2015, Desember 18). 5 Model Androgini yang Tidak Mengenal Batas Gender. Diperoleh dari website: <http://www.bobobobo.com/baca/2015/12/5-model-androgini-yang-tidak-mengenal-batas-gender/>
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble*. United State: Routledge.
- DeVito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia Edisi Kelima*. Tangerang Selatan: KARISMA Publishing Group.
- Devito, J. A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Professional Books.
- Digitalmarketer.id (2016, Agustus 5). Updatean Terbaru: Social Media Instagram Meluncurkan Instagram Stories. Diperoleh dari website: <https://digitalmarketer.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-instagram-meluncurkan-instagram-stories/>
- Johnson, D. W. (1990). *Reaching Out: Interpersonal Effectiveness and Self-Actualization*. London: Pearson Education, Inc.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: KENCANA.
- Mahendra, B. (2017). Jurnal Visi Komunikasi. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram, Vol 16(01), 151-160. Diperoleh dari E-journal: <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/view/1649>
- Oakley, A. (1972). *Sex, Gender, and Society*. New York: Yale University Press.
- Pamuncak, D. (2011). *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self-disclosure Pengguna Facebook*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Psikoterapis. [n.d.]. Psikoterapis. Diperoleh dari website: https://www.psikoterapis.com/?en_apa-itu-androgini-,98
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rokhmansyah, A. (2016). Pengantar Gender dan Feminisme: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminis. Yogyakarta: Garudhawaca

- Saptandari, P. (2013). Jurnal BioKultur, Vol.2(1), 53-71. Diperoleh dari E-journal: <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-005%20Pinky.pdf>
- Sudiarja, E. A. (2006). *Karya Lengkap Driyaka. Esai-Esai Filsafat Pemikir Yang Terlibat Penuh Dalam Perjuangan Bangsaanya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tempo.co. (2017, Juli 26). 45 Juta Pengguna Instagram, Indonesia Pasar Terbesar di Asia. Diperoleh website: <https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia>
- Wearesocial.com (2017, Februari 16). Digital In Southeast Asia In 2017. Diperoleh dari website: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-southeast-asia-2017>