



**REPRESENTASI ANDROGINI ATHIRA FARINA PADA  
AKUN *INSTAGRAM* @athirafarina**

***SKRIPSI***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi

**Diajukan Oleh:**

**Nama: Roberta Ratna Della**

**NIM: 1606015151**

**Peminatan: Penyiaran**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2020**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Judul Skripsi : Representasi Androgini Athira Farina pada Akun  
*Instagram @Athirafarina*  
Nama : Roberta Ratna Della  
NIM : 1606015151  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkan hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Oktober 2020

Yang Menyatakan

  
Roberta Ratna Della

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Representasi Androgini Athira Farina pada Akun  
Instagram @Athirafarina  
Nama : Roberta Ratna Della  
NIM : 1606015151  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui  
untuk mengikuti ujian sidang skripsi oleh:

Pembimbing I

Dr. Sri Mustika, M.Si

Tanggal 29/10/2020

Pembimbing II

Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Tanggal 29/10/2020



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

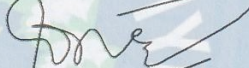
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Representasi Androgini Athira Farina pada Akun  
*Instagram @athirafarina*  
Nama : Roberta Ratna Della  
NIM : 1606015151  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 14 November 2020, dan dinyatakan LULUS.

  
**Dr. H Syaiful Rohim, S.Pd., M.Si.**


Penguji I  
Tanggal: 30 November 2020

  
**Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom.**

Penguji II  
Tanggal: 10 Desember 2020

  
**Dr. Sri Mustika, M.Si.**

Pembimbing I  
Tanggal: 19/12/2020

  
**Dra. Tellys Corliana, M.Hum.**

Pembimbing II  
Tanggal: 24 Desember 2020

Mengetahui,  
Dekan  
  
**Dra. Tellys Corliana, M.Hum.**

## ABSTRAK

Judul Skripsi : Representasi Androgini Athira Farina pada Akun  
*Instagram @Athirafarina*

Nama : Roberta Ratna Della

NIM : 1606015151

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Halaman : 85 + xii halaman + 7 tabel + 9 gambar + 14 lampiran + 35  
bibliografi

Di Indonesia, masyarakat secara sosial hanya mengenal adanya dua gender, yaitu laki-laki dan perempuan. Gender laki-laki bersifat maskulin dan gender perempuan bersifat feminin, diluar kedua sifat gender tersebut masyarakat menganggapnya sebagai perilaku yang menyimpang. Androgini adalah sebuah identitas gender di mana seorang individu memiliki sisi maskulin sekaligus feminin yang setara. Fenomena androgini menimbulkan pro dan kontra di masyarakat Indonesia. Sebagian besar masyarakat di Indonesia hanya mengakui seseorang berdasarkan identitas seks biologisnya. Melalui penelitian ini peneliti akan menjelaskan bagaimana representasi androgini, dan faktor-faktor apa saja yang menjadi latar belakang androgini dari Athira Farina melalui akun *Instagramnya @athirafarina*.

Peneliti menggunakan teori Representasi yang menyangkut pembuatan makna apa yang direpresentasikan kepada kita melalui media, dan juga menggunakan teori Semiotika Charles S. Peirce untuk membantu menafsirkan makna-makna androgini yang terkandung dalam unggahan foto *Instagram* Athira. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif dan metode penelitian Analisis Semiotika Peirce agar dalam melakukan penelitian secara terperinci, dan mengetahui lebih dalam isi dan makna yang terkandung di balik unggahan foto *Instagram @athirafarina*.

Dari penelitian yang telah dilakukan, Representasi Androgini Athira Farina dapat dilihat melalui unggahan kegiatan yang ia lakukan, selain berprofesi sebagai pilot yang dominan pekerjaannya dilakukan oleh laki-laki ia juga sering melakukan kegiatan *drum/boxing*. Cara berpakaian Athira (mengenakan celana), cara berpose, dan memakai *make up* yang terlihat lebih maskulin. Faktor-faktor yang melatarbelakangi androgini Athira terdiri dari faktor internal (dukungan keluarga dan dari dalam diri Athira sendiri), dan faktor eksternal (lingkungan kerja dan dukungan dari *followers Instagram @athirafarina*).

Kata Kunci: Representasi, Androgini, Semiotika Charles S. Peirce, *Instagram @athirafarina*.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL (COVER)</b>	
<b>PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Pembatasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Kontribusi Penelitian .....	7
1.5.1 Kontribusi Akademis .....	7
1.5.2 Kontribusi Metodologis .....	7
1.5.3 Kontribusi Sosial .....	8
1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penulisan .....	8



## **BAB II KERANGKA PEMIKIRAN**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Paradigma Penelitian .....	11
2.3 Hakekat Komunikasi .....	14
2.3.1 Pengertian Komunikasi .....	14
2.3.2 Fungsi Komunikasi .....	15
2.3.3 Model Komunikasi .....	16
2.3.4 Elemen Komunikasi .....	17
2.3.5 Konteks Komunikasi .....	19
2.4 Teori Penyiaran .....	21
2.5 Teori Komunikasi Massa .....	21
2.5.1 Karakteristik Komunikasi Massa .....	22
2.5.2 Fungsi Komunikasi Massa .....	24
2.6 Teori Semiotika Charles Sander Peirce .....	24
2.6.1 Tanda dan Makna .....	27
2.7 Representasi .....	29
2.8 Gender dan Jenis Kelamin .....	31
2.8.1 Gender .....	31
2.8.2 Jenis Kelamin .....	32
2.8.3 Perbedaan antara Gender dan Jenis Kelamin .....	33
2.9 Androgini .....	34
2.10 Media Massa .....	35
2.10.1 Media Baru .....	36

2.10.2 <i>Instagram</i> .....	37
2.10.3 Fungsi <i>Instagram</i> .....	38
2.10.4 <i>Instagram</i> @athirafarina .....	39
2.11 Bagan Kerangka Teori .....	42

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Pendekatan, Metode Penelitian, dan Jenis Penelitian .....	43
3.1.1 Pendekatan Penelitian .....	43
3.1.2 Metode Penelitian .....	44
3.1.3 Jenis Penelitian .....	44
3.2 Penentuan Informan .....	45
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	46
3.4 Metode Analisis Data .....	47
3.5 Bagan Alur Penelitian .....	48
3.6 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian .....	48

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Objek/Subjek Penelitian .....	50
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	50
4.1.2 Deskripsi Subjek Penelitian .....	50
4.2 Hasil Penelitian .....	51
4.1.1 Analisis Makna Gambar atau Foto <i>Instagram</i> @athirafarina.....	52
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 Analisis Teori Semiotika Charles Sanders Peirce.....	68
4.3.2 Analisis Teori Representasi .....	72



4.3.3 Representasi Sebagai Sebuah Konstruksi Sosial ..... 76

**BAB V PENUTUP**

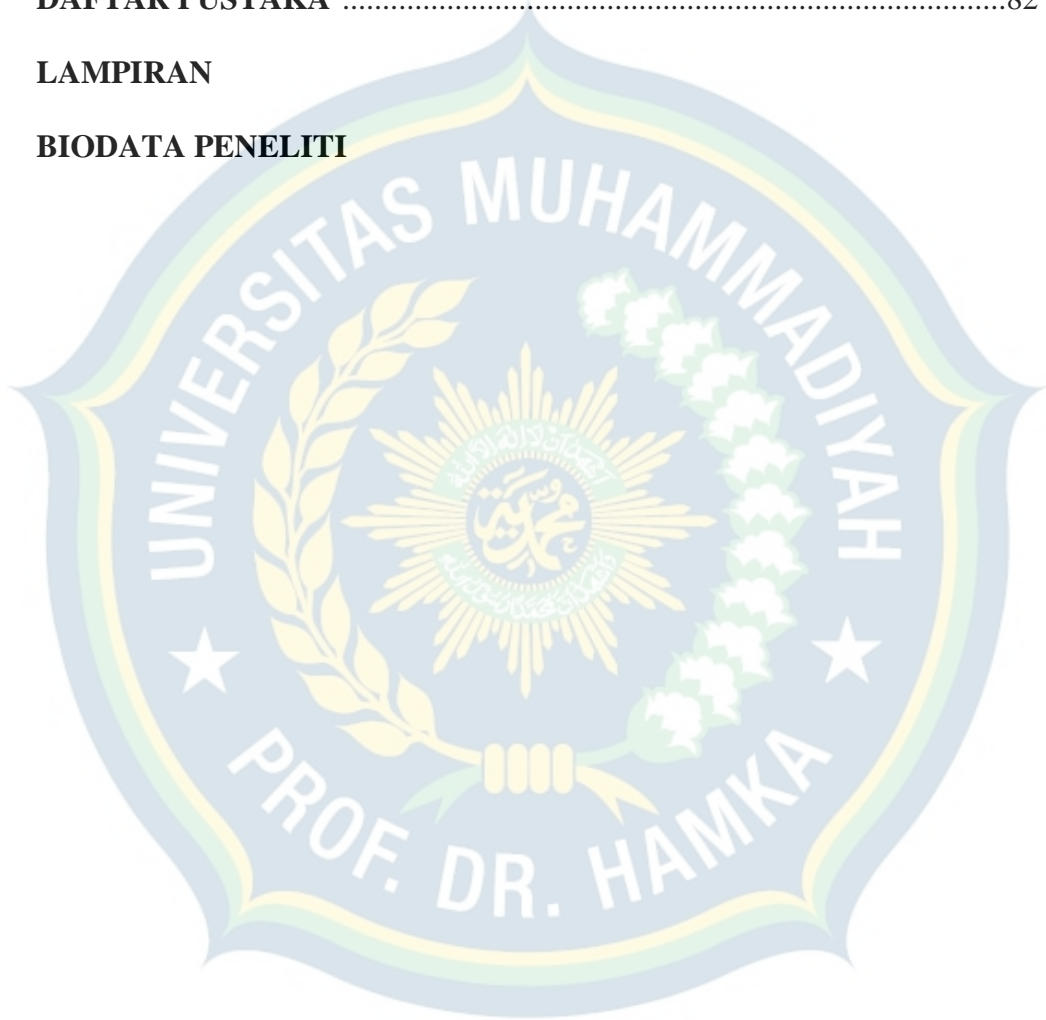
5.1 Kesimpulan ..... 79

5.2 Rekomendasi .....81

**DAFTAR PUSTAKA** .....82

**LAMPIRAN**

**BIODATA PENELITI**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 2.2 Perbedaan Antara Gender dan Jenis Kelamin .....	33
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	49
Tabel 4.1 Makna Gambar atau Foto Cara Berpakaian Athira pada Akun <i>Instagram</i> @athirafarina .....	52
Tabel 4.2 Makna Gambar atau Foto Kegiatan Athira pada Akun <i>Instagram</i> @athirafarina.....	57
Tabel 4.3 Makna Gambar atau Foto Cara <i>Bermake up</i> Athira pada Akun <i>Instagram</i> @athirafarina.....	61
Tabel 4.4 Makna Gambar atau Foto Cara Berpose Athira pada Akun <i>Instagram</i> @athirafarina.....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Jakobson .....	16
Gambar 2.2 Elemen-elemen makna dari Peirce .....	26
Gambar 2.3 Instagram @Athirafarina .....	40
Gambar 2.4 Bagan Kerangka Teori .....	42
Gambar 3.1 Bagan Alur Penelitian .....	48
Gambar 4.1 Elemen-elemen makna dari Peirce.....	51
Gambar 4.2 Tipe tanda berdasarkan Objek Semiotika Peirce.....	68
Gambar 4.3 Tipe tanda berdasarkan <i>Representant</i> Semiotika Peirce.....	69
Gambar 4.4 Tipe tanda berdasarkan <i>Interpretant</i> Semiotika Peirce.....	71



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, masyarakat secara sosial hanya mengakui adanya dua gender, yaitu laki-laki dan perempuan. Gender laki-laki bersifat maskulin dan gender perempuan bersifat feminin, diluar kedua sifat gender tersebut masyarakat menganggapnya sebagai perilaku yang menyimpang. *Stereotype* gender ini dapat dilihat dari adanya perbedaan tampilan fisik, dimana laki-laki digambarkan bersifat kuat, perkasa, dan jantan. Sedangkan perempuan digambarkan bersifat feminin, berambut panjang, dan memakai riasan pada wajah.

*Stereotype* gender memaksa individu selalu menampilkan diri sesuai identitas gender yang telah disepakati, termasuk pemakaian atribut yang melekat pada tubuh individu. Dalam komunikasi, menggunakan atribut atau mengenakan benda-benda yang melekat pada tubuh seseorang akan mengkomunikasikan siapa dan bagaimana orang tersebut. *Stereotype* masyarakat tentang gender dapat dilihat dari segi tampilan fisiknya dan juga psikologisnya. Bem berpendapat bahwa seseorang yang androgini dianggap memiliki sifat yang lebih fleksibel, kompeten, dan sehat mental dibandingkan dengan individu yang hanya memiliki sifat maskulin atau feminin (Mulia, 2017:42).

Androgini adalah sebuah identitas gender di mana seorang individu memiliki sisi maskulinitas sekaligus feminitas yang setara. Androgini berasal dari bahasa Yunani, *andro* yang berarti pria dan *gyne* yang berarti wanita (Sandra Bem, 1974 dalam Saragih, 2019: 37). Fenomena androgini menimbulkan pro dan kontra di masyarakat Indonesia. Sebagian besar masyarakat di Indonesia masih menganut segala peraturan yang mengikat hak dan kewajiban seseorang yang diatur berdasarkan seks biologisnya. Masyarakat keliru dalam menyamakan androgini dengan homoseksualitas dan transgender, karena adanya keberagaman orientasi seksual (Goenawan, 2007 dalam Saragih, 2019:36).

Internet memberikan perspektif baru untuk proses komunikasi yang lebih cepat, mengurangi perantara, dan munculnya komunikasi dua arah. Semua ini adalah lembaga di media penyiaran yang memahami komunikasi dan fungsinya. Media Internet sangat melekat di hati masyarakat, karena memungkinkan mereka berkomunikasi dengan orang dari berbagai penjuru dunia sekaligus memperoleh informasi dari seantero jagat. Adanya Internet membuat banyak masyarakat terbantu, kehadirannya pun memunculkan media baru yang lazim disebut media sosial.

Media sosial adalah sarana di Internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, mendapatkan informasi, mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama dengan pengguna lain dan membuat suatu ikatan sosial secara virtual. Saat teknologi Internet dan *mobile phone* semakin maju, maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Salah satu media sosial yang

lahir belakangan namun dapat mengungguli pendahulunya seperti *Facebook* dan *Twitter* adalah *Instagram*.

*Instagram* merupakan salah satu *platform* media sosial yang digunakan khusus untuk mengunggah foto dan video. Para penggunanya dapat mengunduh (*download*), atau mengunggah foto dan video, sehingga orang lain yang menjadi pengikutnya dapat melihat atau menonton unggahannya. *Instagram* mulai hadir pertama kali pada 2010. *Instagram* tersedia pada *Apps store* yang dapat diunduh secara gratis di *IOS* dan *Google Play* pada *android* (Bergstorm dan Backman dalam Ting et al, 2015:16).

Melalui *Instagram* kita dapat merepresentasikan seseorang melalui unggahan foto atau video. Representasi berasal dari bahasa Inggris, *representation* yang berarti perwakilan, gambaran atau penggambaran. Secara sederhana, representasi diartikan sebagai gambaran mengenai suatu hal yang terdapat dalam kehidupan yang digambarkan melalui suatu media (Vera, 2014: 97). Kata representasi merujuk pada deskripsi terhadap orang-orang yang membantu mendefinisikan kekhasan kelompok-kelompok tertentu. Representasi tidak hanya merujuk pada penggambaran tentang penampilan di permukaan, kata tersebut juga menyangkut makna-makna yang dikaitkan dengan penampilan yang dikonstruksi (Burton dan Graeme, 2012:135).

Hingga November 2019 jumlah pengguna aktif bulanan *Instagram* di Indonesia mencapai 61.610.000. Menurut laporan terbaru NapoleonCat, salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia, nyaris seperempat dari total penduduk Indonesia menggunakan



*Instagram* (22,6%). Jumlah ini menempatkan Indonesia pada posisi keempat di dunia untuk pengguna *Instagram* terbanyak.

*Instagram* terus melakukan pembaruan pada *platformnya*, sehingga banyak orang tertarik menggunakannya. Selain itu, orang tertarik pada *Instagram*, karena ternyata media sosial ini dapat meningkatkan popularitas seseorang. Orang yang memiliki pengikut hingga ribuan, ada kalanya diminta produsen barang atau jasa untuk menjadi *influencer*. Dengan perhitungan, melalui *influencer* tersebut produsen dapat mempromosikan barang atau jasanya.

Salah satu akun *Instagram* yang memiliki banyak pengikut (*followers*) adalah @athirafrina. Sejak pertama kali mengunggah foto dirinya pada 30 Maret 2012 hingga 9 Agustus 2020, pengikutnya sudah mencapai 327 ribu. Selama waktu itu ia sudah mengunggah sebanyak 1.028 foto atau video. Athira Farina berprofesi sebagai pilot, profesi tersebut sangat jarang dilakukan oleh perempuan dan mayoritas dilakukan oleh laki-laki. Lewat akunnya ia mengunggah foto atau video yang menampilkan kegiatan sehari-harinya, yang jarang dilakukan oleh perempuan.

Hobi Athira adalah bermain basket, tinju (*boxing*), dan juga menabuh *drum*. Ia juga pernah berprofesi sebagai pemain musik (*drummer*). Penampilan dan kepribadian Athira Farina dapat dilihat melalui akun *Instagramnya*, dalam akun *Instagramnya* ia menunjukkan karakteristik androgini atau pembagian karakter maskulin dan feminin pada saat yang bersamaan. Dari unggahan di akun *Instagram* Athira, pengikut dapat melihat tanda bahwa meskipun perempuan ia memiliki sifat yang cenderung maskulin.

Tanda (semiotika) berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Secara terminologi semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Wibowo, 2011:5). Menurut Charles Sanders Peirce tanda merupakan sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Athira Farina sering memperlihatkan tanda bahwa perempuan tidak selalu harus feminin, memakai riasan, dan mempunyai hobi yang feminin. Dia selalu percaya bahwa perempuan juga bisa melakukan apa yang dilakukan oleh laki-laki.

Sebagai seorang *Instagramer* yang sudah terverifikasi dan memiliki ribuan pengikut, ia dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap perilakunya. Athira sering berpenampilan seperti pria, mengenakan kaos, kemeja dan celana. Ia juga memiliki hobi yang cukup maskulin, dan hobi tersebut dominan dilakukan oleh laki-laki. Dari penampilannya tersebut bisa dilihat tanda bahwa Athira adalah seseorang yang androgini, dimana memiliki perpaduan karakteristik sifat maskulin dan feminin.

Konsep androgini di Indonesia masih belum dikenal oleh kebanyakan masyarakat Indonesia. Dapat dikatakan bahwa hanya sebagian kelompok saja yang mengerti dan mengetahui tentang androgini. Masyarakat juga masih menganggap bahwa androgini adalah sebuah penyimpangan, karena androgini sama dengan lesbian, homoseksual dan *transgender* (Funay, 2018: 3). Padahal konsep awalnya merupakan konsep kesetaraan gender, antara maskulinitas dan feminin.

Dari penjelasan di atas, di mana androgini masih disamakan dengan LGBT dan sifat perempuan diharuskan mengikuti perannya dalam masyarakat, yaitu bersifat feminin. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang, makna tanda androgini yang terdapat dalam unggahan foto akun *Instagram* @athirafarina. Peneliti melihat terdapat sisi maskulin dan feminin yang ditampilkan Athira pada saat yang bersamaan, hal tersebut bisa dilihat pada unggahan foto di *Instagram*nya. Selain berprofesi sebagai seorang pilot, Athira juga mempunyai hobi atau kegiatan yang dominan dilakukan oleh laki-laki yang bersifat maskulin. Hal ini mendorong peneliti untuk mengetahui apa tanda dan makna yang terdapat di dalam unggahan *Instagram* @athirafarina.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Representasi Androgini Athira Farina pada Akun *Instagram* @athirafarina?
2. Faktor-faktor apa yang melatarbelakangi Androgini Athira Farina pada Akun *Instagram* @athirafarina?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini terarah atau terfokus, maka peneliti membatasi penelitian ini pada:

- a. Foto unggahan Akun *Instagram* @athirafarina. Peneliti akan menganalisis sekitar 10 foto yang berfokus pada unggahan yang mempresentasikan cara berpenampilan Athira secara Androgini.



Dilihat dari (model pakaian, gaya saat berfoto, dan kegiatan yang dilakukan).

- b. Faktor-faktor Androgini dalam Unggahan Akun *Instagram* @athirafarina.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk memahami Representasi Androgini Athira Farina pada Akun *Instagram* @athirafarina.
2. Untuk memahami Faktor-faktor yang melatarbelakangi Androgini Athira Farina pada Akun *Instagram* @athirafarina.

#### **1.5 Kontribusi Penelitian**

##### **1.5.1 Kontribusi Akademis**

★ Penelitian ini secara akademis diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori semiotika C. S. Peirce, khususnya ketika digunakan untuk meneliti pesan di media sosial *Instagram*.

##### **1.5.2 Kontribusi Metodologis**

Penelitian ini secara metodologis diharapkan mampu mengembangkan metode analisis semiotika C. S. Peirce dalam mengungkapkan makna tanda, terutama dalam pemaknaan gambar pada sebuah foto di akun *Instagram*.

### 1.5.3 Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat sebagai masukan pengetahuan tentang, representasi androgini. Di mana representasi androgini yang diperlihatkan dalam penelitian ini yaitu melalui kegiatan yang dilakukan, dengan cara berpakaian, cara *bermake up*, bahkan cara berpose seseorang.

### 1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Adapun hambatan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Subjek penelitian yang tidak bisa dihubungi, yaitu Athira Farina. Orang yang mempunyai dan mengelola akun *Instagram* @athirafarina. Sehingga timbulnya kekurangan informasi dari narasumber utama, untuk melengkapi isi dan data penelitian.
2. Kurang efektifnya wawancara bersama informan, dikarenakan adanya pandemi covid-19 (*coronavirus disease 2019*) yang mengharuskan *sosial distancing*.
3. Kurang efektif dan efisiennya bimbingan *online*, dan susah mencari informasi tambahan dari buku dikarenakan adanya pandemi covid-19 (*coronavirus disease 2019*).

### 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memahami dengan jelas penelitian yang dilakukan, maka disusun sistematika penulisan yang berisi informasi tentang materi dan hal-hal yang dibahas dalam setiap bab dan sub bab. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, peneliti menguraikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Kontribusi Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

## **BAB II KERANGKA PEMIKIRAN**

Pada bab ini peneliti menguraikan Kajian Penelitian Terdahulu, Paradigma Penelitian, Hakekat Komunikasi, Teori Peminatan, Teori Kontekstual Komunikasi, Teori Utama (*Grand Theory*), Teori-Teori Pendukung yang Relevan, Bagan Kerangka Teori.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti menguraikan Pendekatan, Metode Penelitian, Jenis Penelitian, Populasi, Sampel Penelitian, Metode (Teknik) Pengumpulan Data, Metode (Teknik) Analisa Data, Bagan Alur Penelitian, Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini peneliti menguraikan definisi objek/subjek penelitian, hasil analisis penelitian, dan pembahasan dari teori yang digunakan dalam penelitian ini.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian, dan saran atau rekomendasi untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa dengan objek peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Burton, Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Dwiningtyas penerjemah. Depok: Rajawali Pers. Terjemahan dari: *Introduction to Communication Studies*.
- Fachrudin, Andi. dkk. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Fiske, John. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi – Edisi Ketiga*. Hapsari.
- Ghony, Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Kriyantono, Rahmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Luviana. 2012. *Jejak Jurnalis Perempuan Pemetaan Kondisi Kerja Jurnalis Perempuan Di Indonesia*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi AntarBudaya: Di Era Budaya Siberia*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.



\_\_\_\_\_. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (CYBERMEDIA)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Roesma, Joy dan Nadia Mulya. 2018. *Media Sosialita Eksis Narsis Jadi Daring Darling*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sendratari, Luh Putu dan Tuty Maryati. 2014. *Sejarah Wanita: Perspektif Androgynous*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Soyomukti, Nurani. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wibowo, Indiawan Seto Wahyu. 2011. *Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

### **Skripsi**

Bay Hikmah Saragih. 2019. Representasi Androgini Celebrity Endorser dalam Media Sosial Instagram (skripsi). Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.

Chela Merchela Funay. 2018. Representasi Androgini Jovi Adhiguna Hunter di Video Blog Youtube. Semarang: Universitas Diponegoro.

Dessy Rahmatya Lestari. 2019. Representasi Bias Gender dalam Dunia Fashion Korea Selatan: Analisis Framing Gaya Androgini Anggota *Boy Band* Korea Selatan. Jawa Timur: Universitas Jember.

Mohammad Yuniar Muzamil. 2018. Representasi Toleransi Dibalik Film Pendek Google Ngulik Ramadhan “Satu Dalam Kita”. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Yohana Karlina. 2019. Representasi Androgini Millendaru pada Akun Instagram @Millencyrus (skripsi). Tangerang: Universitas Pelita Harapan.

## Jurnal

Annisa Anindya. 2016. Gender Fluid dan Identitas Androgini dalam Media Sosial. Jurnal E-Komunikasi Universitas Dharma Andalas, Padang. Vol XII(2): 107-116.

Mulia Siregar. 2017. Perbedaan Perilaku Androgini Ditinjau dari Tempat Kerja. Jurnal Psikologi Konseling, Universitas Medan Area. Vol 10(1):40-45.

Nadya Fhebrianty, Roswita Oktavianti. 2019. Representasi Identitas Androgini di dalam Media Sosial. Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanegara. Vol 3(1):274-281.

Yolanda Hana Chornelia. 2013. Representasi Feminisme dalam Film “*Snow White and The Huntsman*”. Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya. Vol 1(3):93-103.

## Website

[https://www.psikoterapis.com/?en\\_apa-itu-androgini-98](https://www.psikoterapis.com/?en_apa-itu-androgini-98)

(diakses pada 1 Januari 2020, pukul 15:28 WIB)

<https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>

(diakses pada 20 Februari 2020, pukul 13.34 WIB)

[https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia,](https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia)

(diakses pada 13 Januari 2020, pukul 14:56 WIB)

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

(diakses pada 20 Februari 2020, pukul 1.30 WIB)

[https://www.kompasiana.com/amp/fitriaseptin8355/5b50698dcdf7db139d7e23b5/pemanfaatan-media-sosial-sebagai-content-creator,](https://www.kompasiana.com/amp/fitriaseptin8355/5b50698dcdf7db139d7e23b5/pemanfaatan-media-sosial-sebagai-content-creator)

(diakses pada 24 April 2020, pukul 14:24 WIB)

<https://www.popbela.com/career/inspiration/margith-juita-damanik/athira-farina-pilot-perempuan-yang-jago-terbangkan-pesawat-jet/4>

(diakses pada 25 Oktober 2020, pukul 00.12 WIB)

<https://www.youtube.com/watch?v=qW3PSQjmWV4&t=290s>

(diakses pada 14 Oktober 2020, pukul 20.40 WIB)

<https://historia.id/asal-usul/articles/kapan-perempuan-bercelana-panjang->

[DbeOl/page/1](https://historia.id/asal-usul/articles/kapan-perempuan-bercelana-panjang-) (diakses pada 17 November 2020, pukul 3:22 WIB)

<https://salamadian.com/arti-warna/> (diakses pada 17 November 2020, pukul 3:29 WIB)

