

Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita

Hizarani Lailan Saadah Sihombing, Drs. Wiwid Noor Rakhmad M.I.Kom

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Email : hjranisihombing55@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini adalah tentang penampilan androgini *beauty influencer* pria dari Indonesia bernama Andreas Lukita dengan akun instagram @alphamakeup. Penelitian ini menjadi menarik karena konsep kecantikan selama ini dilekatkan pada perempuan. Andreas Lukita adalah *beauty influencer* pria yang berpenampilan androgini melalui instagramnya menawarkan gagasan alternatif bahwa tidak semua laki-laki harus berpenampilan sesuai standar maskulinitas yang berlaku di masyarakat dan tidak semua kriteria feminin hanya bisa dimiliki perempuan. Namun, pemaknaan khalayak aktif belum tentu sejalan dengan gagasan alternatif yang coba ditawarkan teks media dalam instagram Andreas. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemaknaan khalayak aktif terhadap androgini dalam foto yang diunggah Andreas Lukita. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode analisis resepsi Stuart Hall, dan teori *Gender Performativity*.

Hasil penelitian memilih empat *preferred reading* yang menampilkan androgini Andreas Lukita. Dari *preferred reading* tersebut, menunjukkan posisi informan yang memiliki kecenderungan memaknai secara negosiasi. Hal tersebut karena informan memaknai penampilan androgini secara dilematis, dimana hampir secara keseluruhan informan menyetujui dan menerima teks yang menggambarkan androgini Andreas melalui penggunaan atribut yang memiliki asosiasi yang kuat dengan perempuan seperti pada *makeup, fashion*, dan gestur. Informan memaknai androgini merupakan bentuk *performance* yang dilakukan Andreas Lukita dikarenakan profesinya sebagai *beauty influencer*, akan tetapi, ketidaktahuan tentang androgini, latar belakang, dan nilai budaya membuat stereotipe dan representasi yang merugikan ikut serta dalam proses pemaknaan informan. Informan mengatakan bahwa mereka masih sama dengan masyarakat pada umumnya yang mempolarisasi gender maskulin dan feminin berdasarkan jenis kelamin. Sehingga, androgini yang ditampilkan Andreas dipandang sebagai bentuk peniruan laki-laki terhadap gender feminin, dan berada diluar konsepsi normal yang berlaku dimasyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak dapat setuju dan menegosiasikan laki-laki yang berpenampilan androgini yang cukup berbeda dengan gambaran maskulinitas dominan yang sebelumnya mereka kenal, dan bahwa khalayak aktif karena tidak langsung menerima dan menginterpretasikan pesan media begitu saja, namun dinegosiasikan sesuai dengan latar belakang dan kondisi masing-masing khalayak. Sementara itu, tanpa membedakan jenis kelamin fenomena *beauty influencer* juga tidak lepas dari hadirnya produk kapitalisme dan industri.

Kata Kunci: Instagram, Beauty Influencer, Androgini, Andreas Lukita, alphamakeup

ABSTRACT

This research is about the appearance of androgyny male beauty influencer from Indonesia named Andreas Lukita with Instagram account @alphamakeup. This research is interesting because the concept of beauty has been attached to women. Andreas Lukita is a male beauty influencer who looks androgynous through his instagram offers an alternative idea that not all men must look according to the standards of masculinity that apply in society and not all feminine criteria can only be owned by women. However, the meaning of active audiences is not necessarily in line with the alternative ideas that media texts are trying to offer on Andreas's Instagram. Thus, this study aims to describe the meaning of active audiences for androgyny in a photo uploaded by Andreas Lukita. Using a descriptive qualitative approach and the analysis method of the Stuart Hall reception, and the theory of Gender Performativity.

The results of the study chose four preferred readings featuring Andreas Lukita's androgyny. The preferred reading shows the position of the informant who has a tendency to interpret negotiations. This is because the informants interpret the appearance of androgyny in a dilemma, where almost all informants approve and accept texts describing Andreas androgyny through the use of attributes that have strong associations with women such as makeup, fashion, and gestures. Informants interpreting androgyny is a form of performance carried out by Andreas Lukita because his profession as a beauty influencer, however, ignorance of androgyny, background, and cultural values makes stereotypes and representations that adversely participate in the process of interpreting informants. The informant said that they were still the same as the general public who polarized masculine and feminine gender based on sex. Thus, the androgyny presented by Andreas is seen as a form of male imitation of feminine gender, and is outside the normal conception prevailing in society. This shows that audiences can agree and negotiate men with androgyny appearance that is quite different from the dominant masculinity portrayal they were previously familiar with and that the public is active because they do not directly accept and interpret media messages, but are negotiated according to their background and conditions each audience. Meanwhile, without distinguishing sexes the phenomenon of beauty influencers is also inseparable from the presence of capitalism and industrial products.

Keywords: *Instagram, Beauty Influencer, Androgyny, Andreas Lukita, alphamakeup*

PENDAHULUAN

Penelitian ini berfokus pada androgini pada *beauty influencer* laki-laki Indonesia di instagram. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang memberikan sarana bagi siapa saja untuk berekspresi melalui teks audio visual, seperti foto dan video.

Banyaknya pengguna instagram melahirkan adanya istilah selebriti instagram atau yang lebih dikenal selebgram. Selebgram merupakan julukan pada orang yang memiliki banyak penggemar atau *followers* dikarenakan foto

atau video yang dibagikan menarik dan banyak disukai. Setiap selebgram memiliki ciri dan konten tersendiri, salah satu yang sedang marak adalah tutorial *makeup* dari *beauty influencer*. Hal ini dipandang wajar karena berbanding lurus dengan nilai-nilai heteronormatif di masyarakat yang mengasosiasikan kecantikan dengan gender perempuan. Namun, akhir-akhir ini muncul *beauty influencer* berjenis kelamin laki-laki yang juga memiliki panggung tersendiri di dunia kecantikan instagram, seperti akun *@alphamakeup* milik Andreas Lukita. Akun instagramnya *@alpha.makeup* dianggap antimainstream dan berbeda dengan akun instagram pria pada umumnya, karena konten yang dibagikannya berani menampilkan sisi maskulin dan feminin. Andreas hadir sebagai *beauty influencer* pria di Indonesia ditengah fenomenalnya akun *makeup* tutorial yang hampir semua diisi oleh *beauty influencer* wanita. Melalui akunnya Andreas rajin membagikan foto maupun video dirinya sedang memakai *makeup*. Sama halnya dengan wanita, dirinya juga menggunakan *makeup* tidak hanya tuntutan pekerjaan namun bagian dari aktivitas sehari-hari. Cara dan jenis *makeup* yang ia pakai juga tidak berbeda dengan wanita, seperti bedak, *eyeliner*, maskara, dan *lipstick*. Tidak hanya *makeup*, Andreas juga sering memakai pakaian dan aksesoris yang tidak sesuai dengan jenis kelamin dan gendernya. Dalam dunia *fashion* gaya seperti ini dikenal dengan istilah Androgini. Androgini sendiri adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan pembagian peran yang sama dalam karakter maskulin dan feminin pada saat yang bersamaan. Masyarakat tradisional yang menganut sistem patriarki menetapkan peran gender berdasarkan jenis kelamin, laki-laki adalah maskulin dan perempuan adalah feminin.

peran gender ini menetapkan bagaimana seorang individu harus berpikir, bertindak laku, dan berpenampilan sesuai dengan gendernya. Pemikiran bahwa aspek maskulin dan feminin sesungguhnya bersifat komplementer, saling mengandaikan dan melengkapi menghasilkan konsep androgenitas yang memadukan karakteristik maskulin dan feminin secara bersamaan dan sama tinggi dalam diri individu (Setyaningsih,2009).

Fenomena androgini di Indonesia menimbulkan pro dan kontra. Hal ini karena dalam masyarakat Indonesia masih membagi hak dan kewajiban individu berdasarkan seks biologisnya. Sebagian besar masyarakat Indonesia hanya mengakui gender laki-laki adalah maskulin dan perempuan adalah feminin, dan diluar dua gender tersebut adalah yang abnormal atau dianggap menyimpang. Stereotipe gender ini dapat dilihat dari adanya perbedaan tampilan fisik yang diyakini masyarakat, Mansor fakih (dalam Widyatama, 2006 : 6) mengatakan laki-laki digambarkan bersifat kuat, rasional, jantan, dan perkasa. Stereotipe gender memaksa individu selalu menampilkan diri sesuai identitas gender yang disepakati, termasuk pemakaian atribut yang melekat pada tubuh individu. Dalam komunikasi atribut atau benda-benda yang melekat pada tubuh seseorang akan mengkomunikasikan siapa dan bagaimana orang tersebut. Jalaluddin Rakhmat menyebut ini sebagai petunjuk artifaktual, yaitu meliputi segala macam penampilan (*appearance*), sejak potongan tubuh, kosmetik yang dipakai, baju, tas, pangkat, badge, dan atribut-atribut lainnya (Rakhmat, 2009 : 86). Androgini pada masyarakat heteroseksual seperti Indonesia masih dipandang sebagai peran dan preferensi seksual seseorang. gaya androgini

dalam budaya dan lingkungan masyarakat Indonesia masih dianggap tabu oleh sebagian masyarakat dan ini sering dikaitkan dengan waria, transgender dan homoseksual karena penampilannya yang memadukan antara feminin dan maskulin baik cara bersikap dan penampilan.

Media massa sebagai sarana penyebaran informasi dan pesan menjadi salah satu agen budaya dalam pembentukan pola pikir masyarakat mengenai perbedaan peran antara laki-laki dan perempuan, dan perbedaan status yang didasarkan pada kelas, ras dan seks. Melalui media sosial salah satunya instagram istilah androgini mulai populer di Indonesia setelah beberapa selebgram salah satunya Andreas Lukita mengekspresikan gayanya sebagai androgini. Dalam foto unggahannya, Andreas sering menggunakan makeup, pakaian, dan aksesoris yang umumnya dieruntukkan bagi perempuan. gayanya yang nyentrik dan feminin dalam setiap unggahan fotonya adalah ciri khasnya. Melalui foto dan video yang dibagikan di instagramnya, Andreas menawarkan ide baru bahwa penggunaan *makeup* pada pria bukan lagi hal yang tabu. Pria saat ini juga bisa menggunakan dan tahu cara memakai *makeup* sebagai penunjang penampilannya, dan tidak serta merubah identitas gendernya. Sebagai *beauty influencer* dirinya sadar akan perkembangan tren makeup dan fashion yang unik. Namun gayanya yang cenderung seperti perempuan, bertolak belakang dengan nilai-nilai yang diyakini sebagian besar masyarakat Indonesia yang memandang pria seharusnya berperilaku dan berpenampilan maskulin. Setiap konten yang dibagikan di instagram membawa pesan tertentu untuk disampaikan kepada pengikutnya dengan harapan dapat membentuk pandangan-pandangan tertentu. Analisis resepsi pengikut akun instagram

dibutuhkan untuk memahami bagaimana proses pembuatan makna yang dilakukan khalayak. Dengan analisis resepsi, konten foto dan video di instagram dikaji untuk melihat, memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang dibentuk secara aktif oleh khalayak pengikutnya. Berdasarkan penampilan Andreas yang seorang pria, feminin dan kesukaannya memakai *makeup* dan fashion khusus perempuan serta mengabadikan dan membagikannya melalui instagram, penulis tertarik untuk melihat bagaimana khalayak pengikutnya akan memaknai gaya androgini yang ditampilkan melalui foto dan video yang dibagikan di akun *@alphamakup*.

RUMUSAN MASALAH

Peneliti ingin melihat bagaimana pemaknaan khalayak pengikut *@alphamakup* terhadap androgini yang ditampilkan dalam foto-foto Andreas Lukita.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan pemaknaan khalayak pengikut *@alphamakup* terhadap androgini yang ditampilkan dalam foto-foto Andreas Lukita.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Theory Gender of Performativity

Theory of Gender Performativity adalah konsep yang diusung oleh Judith Butler, utamanya kaitannya dengan identitas gender. Menurut Butler (dalam Setyorini, 2011 : 122) identitas dibentuk secara performatif melalui diskursus. Identitas gender merupakan efek yang diproduksi oleh individu karena menampilkan praktik-praktik, Butler menyebutnya sebagai gender *act*, yang secara sosial disepakati sebagai penanda identitas sebagai perempuan atau laki-laki.

Gender bukanlah sesuatu yang stabil, artinya dapat berubah-ubah sesuai dengan tindakan yang dilakukan secara berulang. Gender merupakan hasil konstruksi budaya dari sebuah pengulangan, pengulangan dari *performance* (pertunjukan) gender tertentu, sehingga dianggap sebagai kebenaran dan alamiah. Dalam pandangan Butler, identitas selalu berkaitan dengan penandaan. Tanda ini dihasilkan melalui kesepatan hukum yang bersifat universal. Hasilnya identitas individu merupakan konstruksi budaya, dan membentuk suatu pemahaman tentang kewajiban untuk bertindak “sebagaimana mestinya” seperti yang telah ditentukan oleh aturan ideal tersebut, yaitu bahwa pria harus bertindak secara maskulin sedangkan wanita harus bertindak secara feminin.

Analisis Resepsi

Analisa resepsi mengkaji bagaimana khalayak melihat, menerima dan memahami teks media. Analisis resepsi khalayak atau audiens memahami proses pembuatan makna ketika mereka mengonsumsi media. Analisis resepsi digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh penonton atau pembaca (Ida, 2014:161).

Asumsi dasar dari analisis resepsi Hall adalah konsep khalayak aktif. Khalayak aktif adalah khalayak yang mempunyai kebasan dan kemampuan untuk menerima dan membandingkan teks di media (*preffered reading*) dengan makna yang ada di dalam benak mereka. Hall (dalam West & Turner, 2008 : 73) menjelaskan lebih lanjut bagaimana proses seorang khalayak melakukan pengkodean makna melalui tiga sudut pandang : *dominant-hegemonic*, *negotiated* dan *oppositional*.

1. *Dominant reading*, yaitu ketika khalayak menerima begitu saja ideologi dominan yang diproduksi dan ditampilkan teks media.
2. *Negotiated reading*, yaitu ketika khalayak dapat menerima ideologi dominan yang ditampilkan teks media, tetapi bisa saja mengubah pandangan terhadap teks media karena aturan budaya.
3. *Oppositional reading*, yaitu ketika khalayak menginterpretasikan makna secara berlawanan dengan ideologi dominan yang disampaikan media, yang artinya mereka menolak makna (*preffered reading*) yang ditawarkan media dan menggantinya dengan pemikiran mereka sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan metode analisis resepsi. Subjek penelitian adalah khalayak aktif dengan variasi, yaitu berjenis kelamin laki-laki atau perempuan, dan aktif mengikuti dan mengonsumsi akun instagram @alphamakeup (pernah atau aktif memberikan komentar dan tanda like di postingan @alphamakeup). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah analisis teks dengan semiotika Roland Barthes dan wawancara mendalam.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini teks media yang digunakan merupakan foto dan video yang diunggah pada akun instagram @alphamakeup. Analisis data pertamanya dilakukan dengan menetapkan *preferred reading* dari foto yang telah dipilih untuk dianalisis melalui wawancara dengan informan. Wawancara dilakukan pada lima informan yang merupakan pengikut aktif instagram

Andreas Lukita. Androgini Andreas dilihat dari 4 elemen, yaitu *makeup*, *fashion* dan kepemilikan barang, gestur dan aktivitas, serta aktivitas dan *setting*. makna dominan yang ditampilkan adalah *makeup*, *fashion*, gestur serta aktivitas yang ditampilkan sama dengan perempuan dan memberi kesan feminin, namun juga terlihat maskulin dari aspek fisik seperti potongan rambut pendek dan janggut yang tumbuh di area dagu.

Setelah dilakukan wawancara temuan data menunjukkan terdapat keberagaman pemaknaan dengan kecenderungan khalayak berada pada posisi negosiasi, yang berarti khalayak memaknai sama dengan makna dominan, namun tetap memiliki penyesuaian dan pengecualian yang didasarkan pada latar belakang, pengetahuan, nilai budaya serta kondisi masing-masing khalayak. Melalui proses *encoding decoding* media memiliki kekuasaan untuk menciptakan makna dominan, namun terjadi pengkodean yaitu kemampuan khalayak untuk menerima pesan membandingkannya dengan makna yang tersimpan di benak mereka (West dan Turner, 2008 :73). Media bukan satu-satunya yang memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan, khalayak memiliki wewenang dan kekuasaan sendiri dalam memaknai pesan media.

Pemaknaan informan menunjukkan bahwa informan bisa menegosiasikan androgini yang ditampilkan Andreas Lukita sebagai bagian dari *performance* gender meski cukup berbeda atau bertentangan dengan konstruksi gender di masyarakat. Hal ini karena informan terbiasa melihat pengulangan *performance* androgini yang ditampilkan Andreas dalam foto-foto dan video yang diunggahnya di instagram. Pengulangan tersebut menyebabkan

informan dapat menegosiasikan *performativitas* gender baru dan menerimanya secara lebih terbuka meski dalam batasan nilai dan norma sosial yang diyakini keseluruhan informan. Informan melakukan pengulangan sendiri dan secara sadar sehingga mereka lebih mudah untuk menegosiasikan unsur-unsur androgini yang ditampilkan dalam instagram @alphamakeup. Namun informan juga tidak sepenuhnya melihat androgini sebagai suatu penampilan atau *performativitas* gender yang utuh melainkan bagian dari maskulin dan feminin itu sendiri. Khalayak masih cenderung melihat androgini sebagai polarisasi antara maskulin dan feminin, dan tumpang tindih dengan seks (jenis kelamin) laki-laki dan perempuan.

Temuan wawancara menunjukkan bahwa informan masih melihat penampilan androgini merupakan peniruan laki-laki pada gender feminin atau sebaliknya, sehingga dipandang sebagai ketidakwajaran untuk dilakukan oleh individu. Maka dari itu, meski penampilan androgini diterima sebagai unik dan berdasarkan latar belakang profesinya sebagai *beauty influencer* dipandang tidak sepenuhnya menentang konstruksi gender, namun ini berada diluar konsepsi normal yang berlaku dimasyarakat yang mempolarisasi gender berdasarkan jenis kelamin.

Sementara itu, fenomena *beauty influencer* juga tidak lepas dari hadirnya merk dan produk kosmetik. Kosmetik adalah sebuah produk nyata kapitalisme, strategi *endorser* melalui *beauty influencer* pria yang ikut membentuk konstruksi baru bahwa *makeup* ataupun *skincare* tidak lagi sekedar menjadi atribut perempuan namun

juga laki-laki mulai dituntut menggunakannya untuk menyempurnakan penampilannya. Produk kosmetik adalah sebuah simbol kapitalisme di mana kehidupan masyarakat modern banyak dipengaruhi kapitalisme. Kapitalisme dan konsumerisme melalui industri kecantikan ikut bertanggungjawab dalam pembentukan konstruksi gender baru seperti androgini, yang mana mereka menampilkan perilaku dan penampilan yang berbeda dengan gambaran laki-laki yang diyakini sebagian besar masyarakat. Peneliti melihat industri kecantikan menjadi fasilitator bagi laki-laki yang sedang dalam pergolakan batin menentukan identitas ataupun cara mengekspresikan gender mereka yang berbeda dengan konstruksi gender di masyarakat. Kapitalisme industri kecantikan hadir memfasilitasi dan memberdayakan mereka yang sedang dalam kondisi tersebut, seolah menekankan bahwa produk kosmetik hadir sebagai pihak netral yang tidak membedakan jenis kelamin pemakainya, dan mengakui identitas atau konsep gender mereka yang cukup berbeda.

SIMPULAN

Para informan yang merupakan masyarakat Indonesia masih asing dengan androgini yang ditampilkan dalam akun instagram @aplhamakeup milik Andreas Lukita. Namun, informan mampu memaknai androgini dengan pemaknaan yang beragam, mulai dari pemaknaan yang sama dengan makna dominan, menyetujui makna dominan namun memiliki penyesuaian, maupun menolak makna dominan dan mengganti dengan makna lain milik informan.

Terdapat keberagaman pemaknaan terkait androgini dalam unggahan foto maupun video di akun instagram Andreas

Lukita, dengan kecenderungan informan berada pada posisi negosiasi. Hampir secara keseluruhan pemaknaan informan terhadap elemen yang diteliti menunjukkan adanya penyesuaian dan pengecualian terkait androgini dengan nilai-nilai budaya, seperti sosial dan agama yang sudah diyakini sebelumnya oleh informan. Ini berarti bahwa khalayak dapat setuju dan menegosiasikan laki-laki yang berpenampilan androgini yang cukup berbeda dengan gambaran maskulinitas dominan yang sebelumnya mereka kenal, dan bahwa khalayak aktif karena tidak langsung menerima dan menginterpretasikan pesan media begitu saja, namun dinegosiasikan sesuai dengan latar belakang dan kondisi masing-masing khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

Ajidarma, Seno Gumira. (2017). *Kisah Mata Fotografi Antara Dua Subjek :*

Perbincangan Tentang Ada.
Yogyakarta : Galang Press Group.

Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks media.*
Yogyakarta :

PT. LkiS Pelangi Aksara.

Fakih, Mansour. (1996). *Analisis Wacana Gender dan Transformasi Sosial.*

Yogyakarta : Pustaka Belajar

Ida, Rachma. (2014). *Metode Penelitian : Studi Media dan Kajian Budaya.* Jakarta

: Kencana.

Jensen, Bruhn Klaus & Nicholas W. Jankowski. (2002). *A Handbook Of Qualitative*

Methodologies For Mass Communication Research. London : Routledge.

Mc Quail, Denis. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.

Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Dedi. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Rendra, Widyatama. (2006). *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta : Media Pressindo.

Romli Khomsarhrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta : Grasindo.

Sudiby, Agus. (2001). *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta : LkiS Pelangi Aksara.

Sugianto, Eko. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif : Skripsi dan Tesis*. Sleman : Suaka Media.

West, Richard & Lynn H. Turner. (2008). *Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.

Jurnal & Skripsi

Agustang, Andi teri Pada, Muh. Said dan Rusman Rasyidi. (2015). *Perkembangan*

Peran Jender Dalam Prespektif Teori Androgini. Jurnal. Dipresentasikan pada Seminar Nasional Revolusi Mental dan Kepribadian Bangsa Melalui Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial dalam Menghadapi MEA 928029 November) 1-8.

Annindya, Annisa. (2016). *Gender Fluid Dan Identitas Androgini Dalam Media*

Sosial. Tingkap, Vol 12, No. 2 Diakses dari <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/tingkap/article/view/7551> pada 15 Mei 2019.

Fatin, Aisyah. (2013). *Analisis Resepsi Penonton Perempuan Yang Sudah Menikah*

Terhadap Kekerasan Pada Perempuan Di Film Die Fremde (When We Leave). Diakses dari <http://onsearch.id/Record/IOS2728.22943/Details>, pada 2 April 2019.

Haryanto, Nurul. (2017). *Konstruksi Identitas Gender Beauty Vlogger Laki-Laki*

Pada Youtube. Diakses dari <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/69243> pada 13 Januari 2019.

Hubeis, A.V.S dan R.S.H Mulyandari. (2010). Analisis Teori Performance dan

Positioning Dalam Komunikasi Pembangunan Berwawasan Gender. Jurnal Komunikasi Pembangunan, Vol.8, No. 1 Diakses dari <http://journal.ipb.ac.id/index.php/j>

[urnalkmp/article/view/5695](#) pada 29 Agustus 2019.

Nastiti, Ingrid Dyah. (2018). Pemaknaan Khalayak Terhadap Konstruksi *Hybrid*

Masculinity. Interaksi Online, Vol. 22, No. 2 Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/20261> pada 2 Februari 2019.

Nisa, Uswatun. (2017). *Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariah*

Islam Pada Kompas.Com. Jurnal Komunikasi Global, Vol. 6, No. 1, diakses dari <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JKG/article/view/9195> pada 15 Maret 2019.

Setyaningsih, Natalia Regina Devi. (2009). *Studi Deskriptif Tentang Androgenitas*

Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Sanata Dharma. Diakses dari <https://repository.usd.ac.id/28140/> pada 19 Mei 2019.

Felix, John. (2010). Penggunaan Kontras Warna Dalam Fotografi. Jurnal

Humaniora, Vol. 1, No.2, diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/166892-ID-penggunaan-kontras-warna-dalam-fotografi.pdf> pada 2 Juli 2019.

Setyorini, Ari. (2011). *Performativitas Gender Dan Seksualitas Dalam Weblog*

Lesbian Di Indonesia. Kawistara. 1 (2) : 121-123, diakses dari <https://doi.org/10.22146/kawistara.3913> pada 1 April 2019.

Fauzi Ahmad, I Nengah Punia dan Gede Kamajaya. *Budaya Nongkrong Anak Muda*

Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar). Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/sorot/article/view/29665/18288> pada 13 Juli 2019.

Silvia, Mega. (2016). *Fenomena Androgini Di Kota Pekanbaru*. Jurnal online

Mahasiswa. Vol. 3, No. 1 Diakses dari <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/9312/8977> pada 15 Mei 2019.

Theresia, Rebecca Venusia. (2018). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Maskulinitas*

Liyan Pada Drama Televisi Korea. Interaksi Online, Vol. 24, No. 4. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/22012> pada 31 Maret 2019.

Internet

Setyanti, **Christina Andhika**. (2015). Duck Face Ditinggalkan, Fish Gape Mulai

Populer untuk Selfie. Diakses di <https://www.cnnindonesia.com/>

[gaya-hidup/20151009144911-277-83971/duck-face-ditinggalkan-fish-gape-mulai-populer-untuk-selfie pada 2 juli 2019](https://www.gaya-hidup.com/20151009144911-277-83971/duck-face-ditinggalkan-fish-gape-mulai-populer-untuk-selfie-pada-2-juli-2019)

Pradita, Anggita. (2016). Maskulin hingga Agresif, Intip Arti Tipe Jenggot Pria bagi

Wanita. diakses di [https://www.liputan6.com/health/read/2588805/maskulin-hingga-agresif-intip-arti-tipe-jenggot-pria-bagi-wanita](https://www.liputan6.com/health/read/2588805/maskulin-hingga-agresif-intip-arti-tipe-jenggot-pria-bagi-wanita-pada-3-juli-2019) pada 3 Juli 2019.

<https://www.viva.co.id/indepth/fokus/1012510-nongkrong-di-kafe-tren-atau-eksistensi>

