

Identitas Transgender sebagai *Beauty Influencers* di Instagram

Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*)Surel Koresponden: citraparamita@untag-sby.ac.id

Kronologi Naskah: diterima 15 Juli 2024; direvisi 28 Oktober 2024; diputuskan 30 Oktober 2024

Abstrak

Peran identitas melalui pemaknaan kata “cantik” antara perempuan dan kelompok transgender memberikan warna baru bagi penelitian tentang gender di Indonesia. Kehadiran kelompok transgender di Indonesia saat ini menuai pengakuan dan penolakan masyarakat. Sebagian orang berpendapat bahwa kelompok transgender dianggap sebagai penyakit masyarakat, namun sebagian orang menganggap bahwa kelompok transgender adalah panutan dalam kecantikan. Kecantikan selama ini erat kaitannya dan identik dengan perempuan, namun dalam hal ini erat kaitannya dengan transgender. Penelitian ini berfokus pada bagaimana identitas transgender sebagai panutan dalam kecantikan ditampilkan melalui media sosial yaitu Instagram. Penelitian ini melihat bagaimana identitas transgender sebagai seorang *beauty influencers* maka teori yang digunakan adalah teori tentang identitas, gender dengan pisau analisis semiotika. Metode semiotika dalam kajiannya lebih menitik beratkan pada teori identitas dan melihat bagaimana makna dihasilkan dari sebuah tanda yang dibuat. Hasil dari penelitian ini adalah konsep kecantikan menjadi perdebatan identitas tidak hanya dimana kecantikan tidak lagi dimiliki oleh seorang wanita tetapi juga milik kelompok transgender, selain itu munculnya transgender menjadi *role model* dalam industri kecantikan ingin mencoba merebut dan bermain dengan identitas yang telah terbentuk.

Kata Kunci: identitas; transgender; LGBT; *influencer*; instagram.

Abstract

The role of identity through the meaning of the word "beautiful" between women and transgender groups provides a new color for research on gender in Indonesia. The presence of transgender groups in Indonesia is currently reaping recognition and rejection from the public. Some people think that transgender people are considered a disease of society, but some people think that transgender people are role models in beauty. Beauty has always been closely related and synonymous with women, but in this case it is closely related to transgender. This research focuses on how transgender identity as a role model in beauty is displayed through social media, namely Instagram. This study looks at how transgender identity as a beauty influencer, so the theory used is a theory of identity, gender with a semiotic analysis. The semiotics method in his study focuses more on identity theory and looks at how meaning is generated from a sign made. The result of this study is that the concept of beauty becomes an identity debate not only where beauty is no longer owned by a woman but also belongs to the transgender group, in addition to the emergence of transgender people as role models in the beauty industry want to try to seize and play with the identity that has been formed.

Keywords: identity; transgender; LGBT; *influencer*; instagram.

Pendahuluan

Penelitian ini mengambil studi tentang isu-isu gender yang dialami di Indonesia. Topik kajian gender yang menarik di Indonesia saat ini adalah topik LGBT yang dalam kajian ini lebih fokus pada isu transgender. Masalah transgender bukanlah masalah yang baru saja kita dengar. Di Indonesia *transgender* merupakan kelompok minoritas, namun masalahnya *transgender* tidak hanya merupakan kelompok minoritas tetapi juga tergolong kelompok yang memiliki perilaku menyimpang dan terkucil bahkan tidak diterima oleh masyarakat. Pengertian *transgender* adalah minoritas juga ditulis oleh (Yudah, 2013) bahwa konstruksi masyarakat Indonesia selalu mendefinisikan dan menghubungkan *transgender* dan kelompok menyimpang.

Kajian ini dinilai menarik karena konsep kecantikan atau arti “cantik” merupakan konsep dan makna yang melekat pada diri perempuan dimana revolusi atau peletakan kata tersebut akan selalu identik dengan wajah atau tubuh perempuan. Fenomena baru yang ditekankan dalam penelitian ini adalah stempel kata “cantik” yang saat ini telah berpindah label, dimana sebelumnya kata “cantik” lebih dilekatkan pada perempuan saja, namun saat ini juga dapat berpindah pada kelompok *transgender*.

Masuk ke dalam konsep gender yang membedakan jenis kelamin atau gender. Isu gender dirasakan oleh kelompok transgender, homoseksual, dan lesbian. Terdapat banyak perdebatan tentang pembagian jenis kelamin yang benar ketika banyak kelompok yang mendapatkan *stereotype* didalamnya. Dalam konteks *transgender* hal yang berubah hanya terkait dengan peran dan nilai dalam ketentuan sosial yang melekat pada laki-laki dan perempuan. Sebagaimana dijelaskan oleh (Nugroho, 2008) bahwa gender berkaitan dengan proses keyakinan tentang bagaimana seharusnya laki-laki dan perempuan berperan dan bertindak sesuai dengan tata

nilai, ketentuan sosial dan budaya yang terstruktur di tempat tinggalnya. Dengan kata lain, gender adalah perbedaan antara perempuan dan laki-laki dalam peran, fungsi, hak, perilaku yang dibentuk oleh ketentuan sosial dan budaya setempat. Ini tentang perasaan kelompok *transgender* yang menentang konsep gender yang ada di masyarakat.

Peran gender antara laki-laki dan perempuan kemudian menjadi masalah *transgender*. Melalui hal tersebut, lahirah permainan identitas yang melekat pada laki-laki, dimana laki-laki adalah maskulin sedangkan perempuan adalah feminin. Asumsi ini juga dikemukakan oleh (Nasution, 2017) yang mengatakan bahwa laki-laki seringkali digambarkan melalui maskulinitasnya tetapi perempuan seringkali digambarkan sebagai feminin atau lembut.

Seperti yang dikemukakan oleh (Steffen, 2002) yang menyatakan bahwa karakter maskulin dalam kaitannya dengan itu dapat berubah menjadi sifat normatif yang dapat melekat pada perempuan atau laki-laki. Dalam interaksinya, karakter maskulin bisa sangat “laki-laki” sedangkan makna feminin merupakan kontradiksi dari karakter maskulin.

Dalam industri kecantikan, kata “cantik” akan selalu ditempatkan dan dideskripsikan oleh seorang wanita dimana wanita akan menjadi objek untuk dipamerkan melalui kecantikannya mulai dari tubuh, wajah, sikap, pakaian, dan peran yang selalu dipilih. Namun hal yang tidak wajar yang terjadi ketika kata “cantik” saat ini milik seorang transgender.

Menurut (Handoyo, 2016) menyatakan status cantik sudah melekat pada diri perempuan. Ada argumen bahwa jika perempuan tidak cantik, maka perempuan akan mendapat ejekan: tidak seksi, kurang putih, wajahnya kurang laku, dimarahi oleh perempuan cantik lainnya.

Di media sendiri, *transgender* juga kerap digambarkan ditertawakan banyak orang karena tubuhnya dianggap bahan lelucon atau tontonan masyarakat sekitar.

Asumsi ini juga dikemukakan oleh (Rochmansyah, 2016) yang menyatakan bahwa *transgender* sering dijadikan bahan tertawaan bagi laki-laki yang suka menertawakan bentuk tubuh perempuan dalam bentuk maskulin. Selama ini penindasan yang dialami kelompok LGBT, khususnya *transgender*, belum mampu mengidentifikasi aktor dan kelompok yang mendominasi.

Fenomena unik yang saat ini menarik perhatian masyarakat Indonesia adalah beberapa kelompok *transgender* berprofesi sebagai *beauty influencer*. Fenomena yang terjadi adalah kini para pria tampak tertarik dengan dunia fashion khususnya *make up* dan kemudian memiliki daya tarik tersendiri di masyarakat. Melalui hal tersebut, timbul pertanyaan mengapa industri kecantikan dipilih oleh kelompok *transgender* untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat? Dari pertanyaan tersebut peneliti mengidentifikasi adanya celah yang dapat dimanfaatkan oleh kelompok *transgender* dengan menggunakan tubuh dan kecantikannya untuk dapat memperoleh pengakuan atas tubuh dan identitas barunya.

Pemilihan kelompok *transgender* dilakukan dengan memanfaatkan industri kecantikan, hal ini dikarenakan industri kecantikan merupakan industri yang sangat identik dengan perempuan melalui tujuan kelompok *transgender* selain menyuarakan hak dan kebebasannya, kelompok *transgender* juga ingin mengubah gaya hidup mereka. Menurut (Welerubun & Noveri, 2024) permasalahan tentang perempuan dan kelompok minoritas seperti *transgender* merupakan sebuah langkah subordinasi terhadap gender yang seringkali terjadi. Subordinasi gender adalah pemikiran tentang peran yang dilakukan oleh satu jenis kelamin yang sering dianggap lebih rendah dibandingkan dengan lainnya.

Permasalahan yang terjadi adalah identitas yang kemudian muncul di masyarakat melalui profesinya sebagai

beauty influencer juga berbeda. Salah satu contohnya adalah *transgender* bernama Dinda syarif dan juga bernama Millen (nama artis). Dalam artikel ini, penulis memfokuskan pada fenomena identitas *transgender* sebagai *beauty influencer* yang kemudian mereka tampilkan di media sosial Instagram. Istilah *beauty influencer* sendiri dikenal pertama kali melalui kata *influencer*.

Secara definisi, (Zietek, 2016) menjelaskan bahwa definisi *influencer* sangat persuasif kepada individu dan memegang banyak persetujuan dari banyak produk. Mereka termotivasi dari imbalan berupa uang melalui pencapaian tujuan penjualan produk tertentu, dan memiliki kemampuan yang besar untuk dapat mempengaruhi orang lain. Oleh karena itu *influencer* adalah “orang yang memiliki potensi lebih besar dari rata-rata untuk mempengaruhi orang lain karena atribut yang mereka gunakan seperti frekuensi mereka berkomunikasi, dan dapat memberikan persuasi atau ukuran jumlah jejaring sosial” (Zietek, 2016). Jadi, kata *beauty influencer* adalah seseorang yang memiliki pengaruh tinggi dalam industri kecantikan atau bisa juga disebut panutan dalam kecantikan.

Transgender yang akan dibahas dalam penelitian ini difokuskan pada *transgender* yang menjadi kebanggaan masyarakat Indonesia bernama Dinda Syarif dan dibandingkan dengan salah satu *transgender* yang juga berprofesi di dunia kecantikan, yaitu Millen Cyrus. Penulis memilih dua orang *transgender* yang memiliki perbedaan yang menarik karena *transgender* bernama Dinda Syarif telah merubah fisiknya. Dinda Syarif juga menjadi kebanggaan masyarakat Indonesia karena prestasinya di ajang Miss Queen International Event 2018 dimana event tersebut menjadi ajang para *transgender* di seluruh dunia. Beralih ke Millen Cyrus, di mana Millen merupakan salah satu artis *transgender* yang saat ini dikenal oleh masyarakat Indonesia karena prestasinya di bidang produk fashion dan kecantikan yang

dibuatnya. Predikat transgender muncul di hadapannya karena kerap menggunakan make up seperti produk yang digunakan dan ditujukan untuk wanita sehari-hari.

Dalam artikel ini penulis mengambil pokok bahasan media yang ingin dipelajarinya pada akun instagram. Pasalnya, saat ini di Indonesia Instagram menjadi salah satu media yang paling banyak diminati oleh berbagai kalangan. Perubahan makna kecantikan yang melekat erat pada perempuan kemudian melekat pada laki-laki yang melaluinya terjadi perubahan budaya yang sangat besar tentang arti dan rasa keindahan perempuan. Artikel ini menjadi sangat penting dan menarik untuk diteliti karena melalui penelitian yang membahas tentang komunitas *transgender*, kita dapat melihat keberadaan kelompok *transgender* yang terjun melalui industri kecantikan.

Pembahasan mengenai LGBT merupakan topik yang menarik dalam hal budaya di masyarakat saat ini. Melalui hal tersebut penelitian ini menggunakan konsep tentang gender di dalamnya, teori yang digunakanpun berkaitan dengan identitas gender dari kelompok *transgender* yang ditampilkan melalui media.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana penggambaran identitas transgender sebagai *beauty influencer* di Instagram?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana identitas transgender yang ditampilkan melalui label *beauty influencer* di akun-akun instagram transgender. Manfaat dari penelitian ini dalam ranah akademis adalah menambahkan literatur dalam penelitian-penelitian LGBT di Indonesia. Manfaat dalam hal praktis adalah mengembangkan industri kecantikan agar tidak terkotakan pada perempuan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode semiotika, menurut Charles Sanders Peirce, dan penelitian ini sangat dekat dengan sistem tanda dimana juga sangat dekat

dengan representasi. Semiotika menurut (Griffin, 2012) adalah "Studi tentang produksi makna sosial dari sistem tanda; analisis apa pun yang bisa mewakili sesuatu yang lain.

Sedangkan semiotika menurut Charles Sanders Peirce, adalah tiga jenis tanda berdasarkan hubungannya antara kendaraan tanda dan dua komponen lainnya, yaitu, simbol, ikon, dan indeks. Simbol, tidak memiliki kemiripan dengan objek yang dilihatnya. Kemudian ikon, memiliki kesamaan yang dirasakan dari objek yang mereka gambarkan. Indeks ini terhubung langsung dengan referensi tempat, duniawi, atau melalui sebab dan akibat (Griffin, 2012).

Subjek penelitian ini adalah akun Instagram Dinda Syarif dan Millen Cyrus. Dimana di akun Instagram Dinda Syarif dan Millen Cyrus terdapat penggambaran identitas transgender sebagai *beauty influencer*. Objek dalam penelitian ini adalah deskripsi identitas transgender sebagai *beauty influencer*. Alasan peneliti mengambil objek penelitian tentang deskripsi identitas transgender sebagai *influencer* kecantikan karena perdebatan argumen dan perbandingan fenomena keberadaan transgender sebagai *influencer* di bidang kecantikan.

Unit analisis yang menjadi fokus perhatian penulis dalam penelitian ini adalah melalui potongan-potongan adegan (gambar) yang kemudian diteliti melalui komunikasi verbal dan non-verbal yang ditampilkan oleh model. Bahasa verbal ditampilkan melalui akun yang mencakup komentar dan dialog dari posting Instagram. Sedangkan bahasa non-verbal adalah penampilan yang dimaksudkan, seperti gestur (gerak tubuh atau perilaku), facial (ekspresi wajah). Unit analisis dapat dilihat melalui potongan gambar dari penampilan dan komentar di akun Instagram Dinda Syarif dan Millen Cyrus.

Penelitian ini menggunakan metode semiotika karena peneliti ingin mengidentifikasi makna suatu tanda dari pesan yang diberikan. Alasan peneliti

menggunakan metode semiotik karena semiotika telah digunakan sebagai salah satu pendekatan dalam mengkaji sesuatu yang berkaitan dengan tanda. Selain itu, semiotika juga dapat membantu mengungkap makna tanda yang terdapat pada akun Instagram.

Hasil dan Pembahasan "Kecantikan" milik Transgender

Dalam realitas yang terjadi di Indonesia, istilah 'transgender' sendiri biasanya digunakan bukan sebagai penanda kategori identitas tertentu, melainkan sebagai istilah umum yang merujuk pada kategori antara laki-laki atau perempuan dan juga antara maskulin dan feminin.

Asumsi ini ditulis oleh (Goenawan, 2007). Maskulin dan feminin memiliki sifat abstrak yang dijelaskan melalui kemampuan dan karakteristik manusia. Karakteristik kewanitaan seperti perasaan, kelembutan, irasional, menyerah, dan kelemahan melekat pada karakter feminin sedangkan sifat laki-laki seperti keberanian, agresivitas, dominasi, rasionalitas, dan kekuatan akan melekat pada maskulin.

Melalui beberapa fenomena yang ada, kebingungan antara konsep-konsep indah adalah konsep yang sering melekat pada wanita. Memiliki kata-kata indah ketika disebutkan maka hal pertama yang terlintas dalam pikiran adalah wanita. Hal ini juga dikatakan oleh (Zein & Setiawan, 2019) yang menulis bahwa kecantikan selalu identik dengan wanita dan pada kenyataannya kata-kata indah sendiri selalu diidentikkan dengan wanita. Melalui argumen tersebut, untuk mendapatkan predikat "cantik" adalah sesuatu yang ingin dimiliki oleh semua wanita di dunia.

Namun fenomena yang terjadi adalah kata "cantik" justru diletakkan pada seorang pria dan seorang transgender. Kelompok minoritas yang sebenarnya dianggap sebagai kelompok yang ditolak oleh masyarakat diberi banyak pujian melalui kata-kata indah tersebut. Penelitian ini menggunakan subjek akun Instagram, Dinda Syarif, Miss Quenn International

yang telah mengubah dirinya sebagai wanita dan juga wajah baru di Indonesia, yaitu Jovi Adhiguna.

Dalam pembahasan semiotika, fenomena yang terjadi pada akun-akun tersebut terlihat melalui gambar postingan pemilik akun dan juga komentar dari pengikut akun tersebut yang mendefinisikan indahnya arti grup tersebut. Ketika digambarkan menggunakan metode semiotik Pierce yang mengidentifikasi tanda melalui 3 tahap: yaitu representasi, interpretan, dan objek (Lantowa et al., 2017). Ini dianalisis sebagai berikut:

Tabel 1. Tabel tentang Kecantikan milik Transgender

Visual	Verbal
	"Kecantikan luar adalah hadiah. nner beauty adalah pencapaian ❤️ penambah hormon wanita oleh @lamoon.th".
No. Sign Type	Data
1. <i>Representament Icon</i>	Seorang wanita berambut panjang mengenakan kemeja biru tua yang cukup ketat, menunjukkan bentuk tubuhnya, memakai wajah dan sedang melihat produk wanita.
<i>Index</i>	Bentuk tubuh dan kesuburan adalah fokus kecantikan ideal seorang wanita.
<i>Symbol</i>	Kecantikan melalui tubuh
2. <i>Object</i>	Tubuh sensual menunjukkan kesuburan
3. <i>Interpretation</i>	Representasi kecantikan melalui bentuk tubuh dan kesuburan

(Sumber : data primer)

Tabel 1 menunjukkan interpretasi tentang makna kecantikan yang dibawa oleh seorang transgender bernama Dinda Syarif. Melalui argumennya, Dinda Syarif mendefinisikan kecantikan yang dibawanya. Seorang transgender sering dikaitkan dengan sesuatu yang berhubungan dengan hal-hal sensual seperti tubuh yang mereka inginkan. Pandangan

tubuh transgender yang menjadi fokus identitas transgender sendiri berarti kenangan yang telah tertanam di benak orang. Pengertian tubuh sensual adalah identitas seorang transgender juga dikatakan oleh Boellstorf dalam (Hegarty, 2020) yang mengatakan bahwa ingatan transgender dimulai ketika seorang transgender mengungkapkan bahwa transgender dan kehidupan tubuh adalah alasan erotis untuk penerimaan terbuka terhadap masyarakat.

Tubuh cantik dan sensual buatan seorang transgender Dinda Syarif juga terlihat melalui caption yang dibuat, yaitu tulisan bahwa "*inner beauty is an achievement*" setelah itu ditutup dengan tanda cinta "penambah hormon wanita". Produk feminin yang ditampilkan oleh Dinda Syarif adalah produk wanita yang digunakan untuk menambah hormon wanita. Penggunaan dan penampilan produk-produk tersebut menunjukkan bahwa seorang transgender adalah role model karena produk fertilitas bagi wanita adalah kecantikan sejati.

Pendapat di atas juga disepakati oleh pengikut akun Dinda Syarif, yang juga memuji keindahan dan keanggunan tubuh Dinda Syarif. Perjanjian tersebut dilihat melalui komentar dari posting ini seperti di bawah ini:

"@dinot.c.k : Haduh bodynya goals banget♥". "@putri_jy99: *Body Goals♥*".

"@lionxyz: Cantiknya subhanallah, tips body goals dong kak dindaa ;(;(“.

Source: Dinda Syarif's Instagram account

Dalam beberapa komentar di atas, jelaskan bahwa kekaguman para pengikut Dinda Syarif terletak pada tubuhnya. Bahkan hal yang juga menjadi unik adalah mereka yang mengomentari tubuh mereka yang dianggap sebagai wanita ideal. Melalui komentar-komentar tersebut, perempuan secara tidak sadar menghegemoni diri mereka sendiri melalui komentar-komentar yang mereka tulis di akun tersebut. Fenomena ini juga disetujui

oleh (Baria, 2005) bahwa wanita akan lebih bangga dan mendambakan tubuh yang sempurna. Maka dari itu hal yang sering dilakukan oleh wanita untuk menindas dirinya sendiri adalah mendambakan tubuh wanita yang dianggap sempurna. Wanita juga menganggapnya sebagai hal yang wajar.

Identitas transgender terletak pada tubuh yang mereka ubah. Ada banyak cara yang akan dilakukan seorang transgender untuk mengubah bentuk tubuh menjadi seperti wanita, yaitu memiliki payudara dan lain-lain. Melalui hal ini, standar kecantikan yang digunakan oleh seorang transgender memiliki standar yang sama dengan seorang wanita sehingga ia dapat diakui oleh masyarakat bahwa ia memiliki kecantikan yang sempurna. Tubuh ideal biasanya ditampilkan dalam majalah, film, televisi, dan dunia periklanan, yang menggambarkan atau menghadirkan sosok wanita ideal sebagai sosok wanita langsing, berkaki cantik, paha ramping, pinggang dan pinggul, payudara cukup besar, dan kulit putih halus (Melliana, 2006)).

Penampilan yang digambarkan oleh seorang transgender bernama Dinda Syarif menyerupai identitas tubuh ideal bagi perempuan. Namun Dinda Syarif juga sangat menonjolkan sisi sensual tubuhnya. Menurut (Ida & Surya, 2002) definisi konsep sensualitas yang berkembang di masyarakat secara umum menyatakan bahwa sensualitas mengacu pada tindakan yang sengaja ditampilkan untuk mengundang imajinasi seksual kepada siapa saja yang mengkonsumsinya. Menampilkan pakaian minim, dan bersikap terbuka adalah beberapa hal yang membentuk konsep sensualitas. Konsep sensualitas dalam hal ini memiliki hubungan erat dengan kemampuan panca indera manusia dalam menangkap objek tertentu. Objek yang dimaksudkan adalah objek yang paling bersifat visual yang membentuk konsep sensualitas.

Kecantikan berbeda digambarkan oleh Millen Cyrus dimana Millen Cyrus tidak menggunakan kalimat atau deskripsi

sensual melainkan dengan fashion atau produk kecantikan yang dibawa. Perbandingan yang dapat dilihat dijelaskan melalui tabel:

Tabel 2. Tabel Analisis

Visual		Verbal
		Aku udah sering banget share ke kalian skincare routine aku, sekarang aku mau racunin kalian sama minuman kolagen yang satu ini. Glowlagen drink ini aku udah minum kira-kira 1 bulan dan kalian bisa lihat kulit aku makin glowing banget berkat skincare Tan Skin dan Glowlagen Drink by @tanskin.id 🍷 pokoknya kalian harus cobain, rasanya juga enak banget. Thank you Tan Skin ❤️
No	Sign Type	Data
1.	<i>Representation Icon</i>	Seorang transgENDER sengan memberikan menampilkan produk untuk kecantikan.
	<i>Index</i>	Kecantikan melalui wajah bagi seorang Wanita dan transgENDER.
	<i>Symbol</i>	Kecantikan melalui produk kecantikan
2.	<i>Object</i>	Make up dan fashion adalah simbol kecantikan
3.	<i>Intepretation</i>	Representasi kecantikan transgENDER melalui fashion dan make up

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2024)

Perbedaan konsep kecantikan yang dijabarkan oleh Dinda Syarif dan Millen Cyrus terletak pada konsep yang dibawa oleh keduanya. Dimana Dinda Syarif mengusung lebih banyak beauty dalam tubuh sensual, namun Millen Cyrus membawa lebih banyak produk *beauty* dan *fashion* untuknya. Seperti yang disajikan oleh Millen Cyrus pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa Millen Cyrus lebih menekankan pada wajah dan kulit sebagai

icon standar kecantikan khususnya bagi perempuan.

Dalam caption pernyataan yang dibuat oleh Millen Cyrus itu juga berbunyi bahwa kecantikan juga terletak dari kulit dan wajah dengan sebutan “*glowing*” untuk bisa mendapatkan tubuh dan menarik perhatian seperti yang dimiliki oleh Millen. Seorang transgENDER, jika lekat dengan industri kecantikan atau produk kecantikan, dapat memberikan idola baru bagi masyarakat, terutama bagi perempuan. Argumentasi seputar kecantikan yang dihadirkan oleh Millen Cyrus juga mendapat persetujuan dari beberapa pengikut dari akun Instagram Millen Cyrus yang menuliskan komentar seperti di bawah ini:

“@bunnysans : moga ajh aku bsa cntik kek millen

“@tanskin.id : Glowing banget kak Millen

Seperti pada kolom komentar di atas, terlihat bahwa beberapa komentar yang mengikuti akun Millen Cyrus mengatakan hal yang sama, yaitu memuji kecantikan yang dibawa oleh Millen Cyrus. Hal yang unik terletak pada pengikutnya yang memberikan komentar indah dan merupakan pengikut wanita. Kejadian ini memperkuat argumen bahwa identitas yang indah sekarang diakui dan ditransfer ke kelompok transgENDER. Perebutan identitas kata cantik tidak lagi dimiliki oleh perempuan. Anggapan ini membongkar teori kecantikan yang selama ini ditentang oleh perempuan.

Identitas TransgENDER dan Industri Kecantikan

Tren industri kecantikan memiliki dampak yang cukup besar terhadap konsep kecantikan di masyarakat, terutama bagi kaum wanita. Seperti yang dikatakan oleh Busby dan Leichty, Suharko dalam Ibrahim bahwa tubuh perempuan sering digunakan sebagai simbol untuk menciptakan citra produk tertentu, atau setidaknya berfungsi sebagai latar dekoratif untuk produk

tersebut. Tubuh perempuan selalu muncul sebagai simbol kenikmatan minuman, keindahan produk furnitur, keanggunan dan kelincahan produk mobil dan sebagainya ((Ibrahim & Suranto, 1998)).

Melalui anggapan tersebut dikemukakan bahwa bagi sebagian orang penggunaan tubuh perempuan sering dijadikan simbol upaya komodifikasi tubuh perempuan, namun bagi yang lain, praktisi periklanan khususnya, tubuh perempuan merupakan sebuah keniscayaan karena selalu dibutuhkan untuk memperkuat daya jual suatu produk ((Ibrahim & Suranto, 1998)).

Anggapan di atas kemudian memunculkan identitas bagi perempuan tentang suatu produk kecantikan atau produk bagi perempuan. Pada kenyataannya fenomena yang terjadi adalah perubahan identitas dimana produk kecantikan tersebut justru melekat pada kelompok transgender. Jika beberapa kenyataan menunjukkan bahwa tubuh wanita memiliki hubungan yang signifikan, sesuatu yang menjadi menarik adalah jika tubuh transgender menjadi tontonan dan komoditas baru. Peneliti mengidentifikasi upaya untuk mengubah tren kecantikan dari wanita ke pria atau yang biasa disebut sebagai transgender.

Upaya mengubah tren kecantikan yang dirasakan di era saat ini menunjukkan adanya sistem atau struktur yang juga harus melakukan perubahan. Ada pernyataan bahwa sistem dan perubahan sosial yang dirasakan oleh masyarakat bukan dibuat oleh aktor atau pelaku yang dianggap mengalami perubahan melainkan struktur dan sistem yang melakukan perubahan. Seperti yang dikemukakan oleh Bordieu yang ditulis dalam (Sutrisno & Putranto, 2005) yang menulis bahwa Bourdieu menekankan struktur dan sistem reproduksi, bukan pelaku dan perubahan kontingen. Selain itu, Bourdieu juga mengatakan bahwa tujuannya adalah untuk mengembalikan aktor di dunia nyata yang telah hilang ((Wirawan, 2012)). Anggapan ini kemudian menjelaskan bahwa realitas

identitas yang ditampilkan oleh seorang transgender dimiliki oleh beberapa industri kecantikan. Industri kecantikan berusaha mengubah sistem yang melekat di masyarakat tentang stigma kelompok transgender. Cara berbagai industri kecantikan mengubah tren tentang kecantikan adalah dengan memanfaatkan media online untuk dapat memberikan konstruksi baru tentang kecantikan di masyarakat.

Media Sosial dan Perubahan Identitas Kecantikan

Media sosial sering digunakan sebagai alat untuk menunjukkan identitas. Dimana melalui media sosial, setiap individu dapat menampilkan atau menampilkan apapun tentang dirinya atau hal-hal yang ingin dibagikan kepada publik. Namun dalam beberapa kasus, media sosial digunakan sebagai perlawanan dan pembentukan identitas baru. Hal ini juga dikatakan oleh (Hamid, 2014) sebagai hadirnya teknologi media sosial digital yang memberikan peran penting dalam sebuah perubahan. Media sosial digital telah menciptakan banyak perubahan, hal itu terjadi diidentifikasi karena adanya kerjasama antar lingkungan sosial dalam kehidupan nyata. Terciptanya perubahan ini terbentuk melalui argumen atau perlawanan yang dilakukan oleh suatu kelompok sosial.

Kelompok transgender merupakan salah satu kelompok yang sangat memanfaatkan media sosial untuk dapat menunjukkan identitasnya secara bebas. Salah satu media yang digunakan adalah Instagram, karena media Instagram tidak hanya menjadi media yang memiliki banyak followers, Instagram juga memiliki kebebasan untuk bisa menunjukkan identitas.

Kebebasan untuk memiliki pendapat dan mengkampanyekan sebuah gerakan di media sosial membuat beberapa kelompok transgender memilih Instagram untuk menampilkan diri. Seperti akun Instagram yang dimiliki oleh Dinda Syarif dan juga Millen Cyrus yang sama-sama memiliki

followers lebih dari 250.000 *followers* di mana mereka bisa mengunggah apapun tentang tubuh mereka di Instagram mereka. Melalui ini, kelompok transgender kemudian digunakan untuk dapat menyuarakan hak dan kebebasan mereka. Kebebasan ini jika diidentifikasi melalui akun Dinda Syarif dan Millen Cyrus dapat dilihat melalui dua akun ini yang telah *verified tag* oleh Instagram. Pengakuan terverifikasi yang diberikan oleh Instagram adalah persetujuan atau penerimaan bahwa akun tersebut adalah akun asli.

Simpulan dan Saran

Kecantikan bagi seorang wanita adalah aset yang paling berharga, sehingga banyak wanita mendambakan kecantikan. Namun dalam kenyataan yang terjadi di Indonesia saat ini makna dan konsep kecantikan juga milik seseorang yang bisa dikatakan transgender. Perdebatan tentang kecantikan yang digunakan dan melekat pada seorang transgender menimbulkan makna baru tentang kecantikan. Sampai saat ini konsep kecantikan masih menjadi perjuangan antara wanita dan juga seorang transgender yang justru menggunakan standar kecantikan wanita untuk bisa mendapatkan pengakuan di masyarakat. Dalam hal ini ada permainan identitas antara perempuan feminin dan laki-laki yang memiliki peran maskulin namun identitas laki-laki saat ini memiliki sifat dan cara yang dapat diidentifikasi sebagai feminin.

Munculnya transgender menjadi role model dalam industri kecantikan ingin mencoba merebut dan bermain dengan identitas yang telah terbentuk. Oleh karena itu, setting identitas ini kemudian memberikan jawaban atas konsep dan makna kecantikan bagi seorang transgender, yaitu melalui body, make up, dan juga fashion. Industri ini dipilih karena lebih mudah bagi transgender untuk mendapatkan identitas yang diinginkan melalui industri.

Saran peneliti dengan adanya penelitian ini, dalam hal akademis agar dapat lebih detail dan mendalam meneliti

tentang fenomena-fenomena baru dalam penelitian LGBT.

Referensi

- Baria, Ludfy. (2005). *Media Meneropong Perempuan*. Lutfansah Mediatam.
- Goenawan, F. (2007). Media, Teknologi Dan Masyarakat Gender & Website. In *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA* (Vol. 1, Issue 2).
- Griffin, Em. (2012). *A First Look At Communication Theory*. McGraw-Hill.
- Hamid, Usman. (2014). *Dinamo; Digital Nation Movement*. Penerbit Bentang Pustaka.
- Handoyo, Pambudi. (2016). Representasi Perempuan dalam Media. *Seminar Nasional Gender & Budaya Madura*, 1(2), 137–142.
- Hegarty, B. (2020). “When I was transgender.” *Medicine Anthropology Theory*, 4(2).
<https://doi.org/10.17157/mat.4.2.399>
- Ibrahim, I., & Suranto, Hanif. (1998). *“Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru”*. Rosdakarya.
- Ida, R., & Surya, Y. Izzati. (2002). *Politik Tubuh Dan Sensualitas Perempuan: Diskursus Media Terhadap Fenomena Goyang Penyanyi Dangdut Perempuan*. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Lantowa, Jafar. , Maharayu, Nila. , & Khairussibyan, Muh. (2017). *Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya, dalam Penelitian Sastra*. Penerbit Deepublish.
- Melliana, Annastasia. (2006). *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Nasution, Hendra. (2017). *New Zealand Art and Culture Experience*. . Penerbit Institut Seni Indonesia Padang Panjang. .
- Nugroho, Riant. (2008). *Gender dan Strategi Pengarus Utamanya Di Indonesia*. Pustaka Pelajar.

- Rochmansyah, Alfian. (2016). *Pengantar Gender dan Feminisme: Pemahaman Awal Kritis Sastra Feminisme*. Penerbit Garudhawaca.
- Steffen, Therese. (2002). *Masculinities: Maskulinitäten, Mythos, Realität, Repräsentation, Rollendruck*. Verlag GmbH. .
- Sutrisno, M., & Putranto, Hendar. (2005). *Teori-Teori Kebudayaan*. Kanisius.
- Welerubun, S. R. L. P., & Noveri, F. U. (2024). Analisis Semiotika Subordinasi Perempuan dalam Web Series “Tilik The Series.” *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 8(1).
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik>
- Wirawan, I. (2012). *Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma*. Prenadamedia Group.
- Yudah, A. (2013). Yudah (2013). *Jurnal Kriminologi Indonesia*, 9(1), 40–41.
- Zein, L. F., & Setiawan, A. R. (2019). Women’s Beauty in As If It’s Your Last by BLACKPINK. *Scholaristi: Journal of Women’s Studies*, 3(1), 1–9.
<https://doi.org/10.31226/osf.io/57n8t>
- Zietek, Nathalie. (2016). *Influencer Marketing: The characteristics and components of fashion influencer Marketing*. The Swedish School of Textile.