

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Setiap orang butuh untuk melakukan interaksi dengan orang lain serta bersosialisasi. Cara untuk bisa berinteraksi dengan orang lain adalah dengan melakukan komunikasi dan supaya bisa berkomunikasi dengan orang lain secara lebih dalam, perlu adanya pengungkapan diri atau *self-disclosure*. Pengungkapan diri adalah penyampaian informasi yang bersifat rahasia atau cenderung ditutupi oleh pemilik informasi dan belum diketahui oleh penerima informasi (DeVito, 1997, p. 61).

Media sosial membuka peluang kemungkinan untuk individu membagikan informasi pribadinya kepada khalayak (Bazarova & Choi, 2014, p. 1). Pengungkapan diri ternyata tidak hanya terjadi dalam komunikasi interpersonal secara langsung atau *face to face*. Salah satu perantara yang bisa membantu individu dalam melakukan pengungkapan diri adalah media sosial. Media sosial membuat semakin banyak orang melakukan interaksi karena sifatnya yang tidak selalu interpersonal. Pengguna media sosial bisa melakukan interaksi secara interpersonal bahkan multipersonal (publik) melalui fitur-fitur yang disediakan. Duggan dan Brenner menyatakan jika 67 persen pengguna internet menggunakan media sosial untuk melakukan interaksi (Chennamaneni & Taneja, 2015, p. 1). Joinson juga menyebutkan jika pengguna media sosial secara konsisten terlibat

dalam aktivitas pengungkapan diri di media sosial (Swastika, Krisdinanto, & Fista, 2021, p. 53)

Media sosial khususnya Instagram, dimanfaatkan pengguna untuk melakukan pengungkapan diri. Instagram memiliki lebih dari 1 miliar pengguna dan menjadi media sosial paling populer digunakan oleh anak remaja dan orang dewasa (Robinson, 2021, p. 1). Berdasarkan survei GWI, Instagram menduduki peringkat ketiga sebagai media sosial paling populer digunakan di Indonesia (Dahono, 2021, p. 1). Instagram bisa digunakan untuk berbagi informasi dengan berbagai media serta fitur seperti audiovisual dan visual gambar untuk berbagi pesan secara personal.

Pengungkapan diri melalui media sosial bisa diartikan sebagai memberikan informasi yang bersifat rahasia atau privasi melalui media sosial dalam bentuk status, foto/video, komentar, dan lain-lain sebagai hal yang diketahui oleh pengguna media sosial lain (Yoyyebah, 2017, p. 7). Salah satu pengguna media sosial yang menggunakan Instagram sebagai media pengungkapan diri adalah Ian Hugen. Melalui akun Instagram @_ianhugen_ ia menampilkan informasi tentang jati diri sebagai transwoman.

Ian Hugen kerap menunjukkan jati dirinya sebagai transwoman di media sosial. Selain di akun Instagram @_ianhugen_, Ian memiliki akun Instagram lain bernama @Ianhugen. Ian juga memiliki akun Twitter @ianhugen, dan TikTok @ianhugen. Konten dari setiap akun media sosial Ian memiliki isi dan tujuan yang berbeda. Akun Instagram @_ianhugen_, Ian menunjukkan kehidupan sehari-hari

Ian seperti kegiatan kuliah, pekerjaan, cerita liburan, dan lain-lain termasuk cerita pengungkapan dirinya sebagai seorang transwoman. Berbeda dengan akun Instagram @ianhugen, Ian berfokus pada unggahan tulisan sebagai bentuk ungkapan hati atau kutipan-kutipan cerita. Pada akun Twitter @ianhugen, Ian banyak menyampaikan pendapat dan mengunggah kutipan kata mutiara. Akun TikTok menjadi salah satu media baru bagi Ian dalam menyuarakan aspirasinya sebagai transwoman di Indonesia, serta media bagi Ian untuk berkarya dengan cerita dan kutipan tentang asmara serta kehidupan.

Transwoman masuk ke dalam kelompok LGBTQ+ dalam kategori transgender. Menurut Firliana Purwanti (Yudah, 2013, p. 38) transgender adalah individu yang menggunakan atribut serta bersikap kebalikan dari konsepsi gender yang secara sosial sudah dikonstruksikan. Istilah transwoman atau 'transpuan' merupakan akronim dari kata 'transgender perempuan' yang berarti individu yang terkonstruksi sebagai laki-laki di masyarakat, namun berpenampilan dan berlaku seperti perempuan (Alfonso, 2020, p. 1). Transwoman merupakan penyebutan secara internasional dengan bahasa Inggris.

Transwoman di Indonesia masih kerap mendapatkan diskriminasi di masyarakat. Salah satu kasus yang pernah menjadi ramai di media adalah pembakaran seorang transwoman bernama Mira karena dituduh mencuri oleh sekelompok orang. Walaupun dikenal sebagai pribadi yang baik serta tidak merugikan masyarakat, nyatanya masih tetap ada beberapa masyarakat yang tidak

senang akan keberadaan Mira. Kasus tersebut hanya satu diantara berbagai kasus diskriminasi terhadap transwoman di Indonesia (Tuasikal, 2020).

Sebagian besar masyarakat Indonesia masih memandang bahwa LGBTQ+ adalah hal yang tabu. Survei yang dilakukan oleh Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) menunjukkan pada tahun 2017, lebih dari 75% responden setuju jika seluruh agama yang ada di Indonesia menyatakan penolakan terhadap kelompok LGBT (Katumiri, 2018, p. 13). Mantan Menteri Agama Lukman Hakim Saifuddin juga pernah mengatakan bahwa tak satupun agama di muka bumi yang sepakat dan mentolerir perilaku Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT). Selain itu, penolakan LGBT sudah menjadi kesepakatan bersama dalam hukum positif Indonesia (Nadlir, 2017, p. 1).

Terdapat beberapa penelitian serupa yang membahas tentang *self-disclosure*. Penelitian Gabriella Jacquellin (2019) menemukan bahwa Instagram mampu menyebarkan potensi dalam masyarakat untuk mengakui eksistensi diri seseorang. Hal-hal yang dilakukan oleh subjek penelitian dianggap menarik, dan unik sehingga orang lain sadar akan keberadaannya dan mengakui eksistensi diri yang ia miliki (Jacquelin, 2019, p. 284).

Studi Jessica Kusiki (2016) menyimpulkan bahwa seorang gay membuka dirinya setelah melalui empat tahap penetrasi sosial yaitu orientasi, pertukaran penjangkakan afektif, pertukaran afektif, dan pertukaran stabil. Prosesnya adalah dari yang masih menutup diri hingga merasa akrab dan nyaman sehingga mau mengungkapkan rahasianya. Dapat disimpulkan bahwa seseorang akan terbuka

tentang dirinya ketika sudah masuk tahap keempat penetrasi sosial (Kusiki, 2016, p. 7)

Sementara itu, studi yang dilakukan oleh Swastika et.al (2021) menemukan bahwa pengalaman dari subjek penelitian tentang seksualitas menjadi penting bagi hidupnya, pengungkapan diri subjek dilakukan melalui Instagram sehingga muncul adanya efek diadik. Pengungkapan diri di Instagram dianggap sebagai kenyamanan bagi subjek dengan tujuan sebagai edukasi (Swastika, Krisdinanto, & Fista, 2021, p. 62)

Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini fokus pada pengungkapan diri yang dilakukan oleh transwoman bernama Ian Hugen melalui media sosial Instagram. Oleh sebab itu penelitian ini berfokus pada Pengungkapan Diri Ian Hugen sebagai Transwoman di Akun Instagram @_ianhugen_.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana pengungkapan diri Ian Hugen sebagai transwoman di akun Instagram @_ianhugen_?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengungkapan diri Ian Hugen sebagai transwoman di akun Instagram @_ianhugen_.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah informasi dan wawasan, dan bisa berperan dalam pengembangan pengetahuan Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi dan pengetahuan bagi masyarakat, serta bisa dijadikan acuan bagi penelitian serupa selanjutnya.

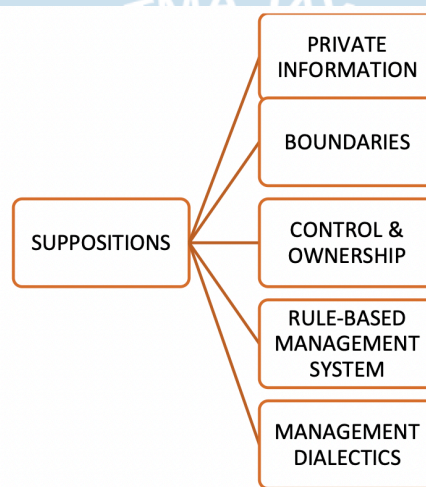
E. KERANGKA TEORI

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teori, yaitu Teori *Self-disclosure* atau teori pengungkapan diri, *Communication Privacy Management Theory* atau Teori Manajemen Komunikasi Privasi, dan *Performativity* atau Teori Gender.

1. *Communication Privacy Management Theory* atau Teori Manajemen Komunikasi Privasi (CPM)

Communication Privacy Management atau CPM merupakan teori yang dikembangkan oleh Sandra Petronio. Teori CPM menjelaskan tentang bagaimana individu melakukan pengungkapan diri kepada individu lain (Petronio, 2002, p. 11). Pada dasarnya, teori ini menekankan pada aturan dalam memberikan informasi pribadi/privat kepada orang lain atau pengungkapan diri. Pengungkapan diri membutuhkan adanya aturan untuk membuat batasan dalam melakukan pengungkapan. Aturan tersebut dikemas dalam bentuk hal-hal yang diperhatikan oleh pemilik

informasi (*owner*) dalam memilih penerima informasi (*co-owner*) atas informasi privatnya, serta bagaimana kesepakatan diantara keduanya berkaitan dengan informasi yang diberikan. Awalnya teori tersebut menggunakan istilah '*boundaries*' sebagai penegasan batasan-batasan yang diberikan oleh *owner* kepada *co-owner*. Namun istilah tersebut diubah menjadi aturan karena sifatnya yang tidak selalu membatasi.



Gambar 1.2
Bagan Lima Asumsi Manajemen Komunikasi Privasi (Petronio, 2002, p. 4)

Gambar 1.2 menunjukkan lima asumsi dasar CPM yang digunakan untuk meneliti penelitian ini. Lima asumsi dasar tersebut adalah *private information*, *boundaries*, *control and ownership*, *rule-based management system*, dan *management dialectics*. Berikut adalah penjelasan kelima asumsi dasar CPM (Petronio, 2002, p. 4):

a. Private Information

Private information atau informasi privat merupakan hal-hal yang bersifat pribadi dan rahasia yang biasanya ditutupi dari lingkungan sekitar. Petronio

menjelaskan jika pada asumsi pertama ini, individu akan melakukan pembukaan terkait informasi pribadinya. Pembukaan menjadi penanda jika terjadi adanya penguraian konsep privasi dan keintiman.

Keintiman yang dimaksud adalah perasaan atau keadaan seseorang secara mendalam dalam cara fisik, psikologi, emosional, dan perilaku. Hal-hal tersebut adalah bagian penting dalam usaha mengenal seseorang. Keintiman akan tercipta ketika adanya proses bercerita dan refleksi isi dari informasi privat mengenai orang lain.

b. Private Boundaries

CPM bergantung pada metafora batasan untuk menjelaskan perbedaan jelas antara perilaku publik dan privat. Ketika ada informasi privat yang dibagikan dengan batasan-batasan tertentu kepada orang lain, maka batasan tersebut adalah batasan kolektif (*collective boundary*). Informasi yang diberikan tersebut tidak lagi menjadi milik diri sendiri, tapi menjadi milik dari hubungan yang ada.

Ketika ada informasi yang tetap disimpan oleh individu dan tidak diungkapkan kepada orang lain, maka batasan tersebut dikenal dengan istilah batasan personal (*personal boundary*). Batasan personal bisa berubah berkaitan dengan isu masa hidup karena sifatnya yang relatif kaku atau justru mudah ditembus.

c. Control and Ownership

Asumsi ketiga CPM berkaitan dengan kontrol dan kepemilikan sebuah informasi. Asumsi ini menyatakan jika seseorang merasa jika mereka yang memiliki informasi

privat berkaitan dengan diri mereka sendiri. Sebagai pemilik informasi, individu berhak untuk mengontrol siapa saja yang memiliki akses menuju informasi privat tersebut.

Dalam membahas tentang masalah kepemilikan informasi, individu biasanya menghindari pembukaan atau mempertahankan kepemilikan. Menghindari pembukaan terkadang berguna bagi hubungan individu dengan orang lain, misalnya antara orang tua dan anak yang beranjak remaja, atau antar pasangan yang memiliki hubungan romantis atau berpacaran.

Hal-hal yang menjadi informasi privat yang dipertahankan dilakukan dengan tujuan melindungi hubungan dengan orang lain yang berkaitan atau merasa jika orang lain tidak cukup kompeten dalam menjaga sebuah informasi privat tersebut. Oleh sebab itu, menghindari pembukaan menjadi salah satu kuncinya. Namun secara keseluruhan, sangat mungkin jika keterbukaan bisa menjaga hubungan dengan batasan-batasan tertentu, misalnya dengan menetapkan batasan ketat dalam kedalaman pembukaan informasi.

d. Ruled-based Management System

Sistem manajemen berdasarkan aturan yang dimaksud adalah sistem dalam memahami keputusan yang dibuat individu mengenai informasi privat. Sistem manajemen berdasarkan peraturan bertujuan adanya pengolahan level pada batasan personal dan kolektif melalui tiga proses: karakteristik aturan privasi, koordinasi batasan, dan turbulensi batasan.

1) Karakteristik Aturan Privasi

Karakteristik aturan privasi merupakan deskripsi sifat dasar dari aturan privasi. Terdapat dua fitur utama dalam karakteristik aturan privasi yaitu pengembangan aturan dan atribut. Terdapat lima kriteria keputusan dalam mengembangkan aturan-aturan privasi:

No.	Kriteria	Definisi
1.	Budaya	Kriteria budaya didasarkan atas norma dan budaya yang dianut individu.
2.	Gender	Berdasarkan perbedaan-perbedaan yang terjadi antara pria dan wanita dalam menarik batasan privasi.
3.	Motivasional	Setiap orang punya motivasi atas membuka atau menutup diri. Individu memiliki motif seperti kontrol, manipulasi, dan kekuasaan dalam hal privasi mereka.
4.	Kontekstual	Kriteria kontekstual didasarkan atas lingkungan sosial atau keadaan khusus yang memungkinkan dorongan untuk membuka atau tidak membuka akan privasinya.
5.	Rasio Resiko-Keuntungan	Individu cenderung mengevaluasi resiko daripada keuntungan tentang pembukaan dan penutupan sebuah informasi.

2) Koordinasi Batasan (*Boundary Coordination*)

Proses kedua dalam sistem manajemen berdasarkan aturan adalah koordinasi batasan. Koordinasi batasan yang dimaksud adalah bagaimana pemilik informasi (owner) dan pihak yang dibagikan informasinya (*co-owner*) mengelola informasi yang dimiliki bersama. Koordinasi tersebut tercipta dari adanya tiga batasan, yaitu

pertalian batasan (*boundary linkage*), kepemilikan batasan (*boundary ownership*), dan permeabilitas batasan (*boundary permeability*).

No.	Batasan	Definisi
1.	Pertalian Batasan	Antar individu memiliki aliansi batasan dalam sebuah hubungan.
2.	Kepemilikan Batasan	<i>Co-owner</i> memiliki hak atau keistimewaan atas informasi privat yang didapat.
3.	Permeabilitas Batasan	Seberapa banyak informasi privat yang dapat melalui batasan yang telah dibentuk. Terdapat dua batasan, yaitu batasan tebal ketika tidak ada akses yang memungkinkan informasi keluar batasan, dan batasan tipis ketika memungkinkan informasi tersalur keluar batasan hubungan.

3) Turbulensi Batasan (*Boundary Turbulence*)

Turbulensi batasan muncul ketika aturan koordinasi batasan tidak jelas atau hubungan antara *owner* dan *co-owner* sedang tidak baik (berkonflik). Salah satu kasus yang sering terjadi adalah ketika adanya kebocoran informasi privat yang seharusnya tidak dibuka atau tidak bisa melewati batasan yang sudah ditentukan.

e. *Management Dialectics*

Asumsi kelima CPM berfokus pada dilema antara keinginan mengungkapkan atau menutupi informasi privat. Secara khusus, Petronio juga menyebutkan “penelitian ini didasarkan pada kesatuan dialektika” yang merujuk pada ketegangan-ketegangan yang dialami individu akibat dari oposisi dan kontradiksi.

Secara lebih mudah, manajemen dialektika melihat serta meninjau sebuah keputusan dari motivasi dan hambatan yang ada dalam melakukan pembukaan informasi privat.

2. *Self-disclosure* atau Pengungkapan Diri

Self-disclosure atau pengungkapan diri adalah pengungkapan informasi pribadi mengenai diri seorang individu kepada orang lain (West & Turner, Pengantar Teori Komunikasi dan Aplikasi, 2008, p. 228). Menurut Wood, pengungkapan diri adalah tindakan menyampaikan informasi yang biasanya jarang diketahui orang lain sebelumnya. Informasi tersebut biasanya mengenai perasaan, harapan, pikiran ataupun pengalaman yang sulit untuk disampaikan kepada orang lain (Wood J. T., 2004, p. 25).

Sedangkan pengungkapan diri menurut Floyd (2009) adalah penyampaian informasi mengenai diri yang benar dan secara sengaja disampaikan kepada orang lain. Menurut Floyd, terdapat dua syarat dalam pemenuhan pengungkapan diri, yang pertama yaitu individu harus sengaja dan sadar dalam menyampaikan informasi mengenai dirinya atau tanpa paksaan. Syarat kedua adalah penerima informasi harus percaya dengan informasi yang diberikan. Tujuan dari penyampaian informasi tersebut untuk membangun kepercayaan antar dua atau lebih individu (Floyd, 2009).

Berdasarkan pengertian para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self-disclosure* atau pengungkapan diri adalah tindakan pengungkapan informasi yang bersifat pribadi kepada orang lain yang secara sadar dilakukan oleh seorang individu kepada orang lain.

Aspek pengungkapan diri dapat ditemukan melalui lima dimensi pengungkapan diri yang terdiri dari ukuran, valensi, kecermatan dan kejujuran, maksud dan tujuan, serta keakraban atau keintiman (DeVito, 1997).

a. Ukuran dan Jumlah Pengungkapan Diri

Pada dimensi ukuran atau *amount* menunjukkan seberapa sering individu melakukan pengungkapan diri. Pengungkapan diri melalui media sosial bisa diukur melalui frekuensi individu mengunggah perihal pengungkapan dirinya. Pengungkapan diri melalui media sosial Instagram tidak terbatas ruang dan waktu selama adanya koneksi internet.

b. Valensi Pengungkapan Diri

Valensi pengungkapan diri adalah seberapa baik atau buruk kualitas dari pengungkapan diri yang telah dilakukan. Dampak yang akan ditimbulkan dari pengungkapan diri tergantung dari bagaimana penerima informasi mencerna hal tersebut sebagai pesan yang positif atau negatif.

c. Kecermatan dan Kejujuran

Ketika akan melakukan pengungkapan diri, individu harus terlebih dahulu mengenal dirinya dengan baik. Mengetahui diri dengan baik akan membuat individu lebih cermat dalam memilih informasi yang bisa disampaikan, sehingga hal yang diungkapkan pun akan lebih jujur. Pengungkapan diri biasanya akan diungkapkan dengan dilebihkan supaya bisa menarik rasa simpati dan rasa penasaran dari penerima informasi.

d. Maksud dan Tujuan

Melakukan pengungkapan diri merupakan hal yang cukup sensitif bagi individu terkait. Setiap pengungkapan memiliki maksud dan tujuan, sehingga individu harus mengerti benar apa maksud dan tujuan dirinya melakukan pengungkapan diri supaya tidak melenceng dari rencana atau pemikiran awal.

e. Keakraban atau Keintiman

Pengungkapan diri yang dilakukan biasanya melihat seberapa akrab individu dengan penerima informasi. Semakin akrab, maka informasi yang diberikan akan lebih dalam dan luas.

Media sosial kini menjadi salah satu media bagi individu untuk memberikan informasi pribadinya. Media sosial yang saat ini terus mengalami perkembangan dan banyak digunakan adalah Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan lain-lain. Penelitian juga mengungkapkan jika individu lebih terbuka akan informasi pribadinya pada media sosial pribadi daripada menggunakan media sosial yang bersifat anonim.

Orang-orang saat ini lebih nyaman berinteraksi melalui media sosial dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Faktor yang mempengaruhi tindakan tersebut adalah minimnya resiko ancaman baik secara verbal maupun non-verbal. Walaupun tatap muka menjadi kondisi dan cara ideal dalam melakukan pengungkapan diri, namun ketidakpastian reaksi menjadikan media sosial sebagai media yang nyaman digunakan. Salah satu cara dalam meningkatkan kepercayaan orang lain ketika melakukan pengungkapan diri adalah dengan foto profil atau unggahan foto/video dalam media sosial yang dipilih (A. Beebe, Beebe, &Redmond, 2018).

3. Gagasan Judith Butler tentang Performativitas

Gagasan Judith Butler tentang Performativitas adalah pemikiran Judith Butler tentang gender dalam bentuk performativitas. Pemikiran ini menjelaskan tentang kategori gender yang terpengaruh oleh bahasa dan penelitian gender secara filosofis sehingga gender dianggap tidak hanya sebatas alat kelamin yang dimiliki (Meyerhoff, 2015, p. 1). Gagasan tentang performativitas dikembangkan melalui karya momentum Butler di awal tahun 90-an yaitu buku *Gender Trouble* (GT) yang menjelaskan jika gender dan jenis kelamin adalah hal yang berbeda (Ton, 2018, p. 6). Buku *Gender Trouble* adalah bentuk kepedulian Butler terhadap kekerasan juga pelabelan (stereotip) transgender di masyarakat (Stoller, 2010, p. 102).

Gagasan Judith Butler tentang Performativitas menyatakan jika gender bisa dibentuk berdasarkan performativitas yang dilakukan secara berulang-ulang, karena gender tidak ada yang asli dan bersifat tidak stabil (Purnawi, 2019, p. 1). Menurut Butler, gender yang dikonstruksikan oleh masyarakat tidaklah tepat dalam menggambarkan gender masa kini. Pemikiran Butler menciptakan adanya tiga asumsi tentang gender, yaitu:

- a. Tidak ada gender yang asli karena gender terbentuk dari adanya performativitas atau tindakan yang dilakukan secara berulang. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan adalah jati diri atau identitas individu yang ditunjukkan secara terus menerus. Misalnya penggunaan baju yang terkesan feminin seperti rok, tank top, bra, dan lain-lain atau sebaliknya terhadap individu dengan segala jenis kelamin.

- b. Bentuk pengulangan yang dilakukan oleh pemilik gender bersifat tidak stabil, dan bergerak secara dinamis. Maksudnya adalah konstruksi masyarakat menyebutkan gender sebagai hal yang pasti dan tidak bisa berubah, sedangkan menurut Butler gender bisa berganti sesuai dengan perkembangan serta pengaruh sekitar. Misalnya seorang dengan jenis kelamin laki-laki merasa dirinya lebih cocok menggunakan dan berpenampilan seperti perempuan. Padahal sebelumnya individu tersebut berpakaian dan berperilaku seperti laki-laki pada umumnya.
- c. Konstruksi yang menyebabkan adanya pelabelan gender dan norma-norma masyarakat yang membatasi gerak gender. Butler melihat jika asumsi perempuan harus bersifat feminin dan laki-laki bersifat maskulin adalah tidak tepat dalam menggambarkan gender (Purnawi, 2019, p. 2).

F. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian dengan judul “Pengungkapan Diri Ian Huguen Sebagai Transwoman di Akun Instagram @_ianhugen_” menggunakan jenis penelitian kualitatif yang merupakan bentuk penelitian dengan melihat fenomena dengan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif berusaha memahami fenomena yang dialami subjek penelitian dari perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara menyeluruh serta dideskripsikan dalam bentuk kata dan bahasa pada konteks ilmiah dan memanfaatkan metode alamiah (Moleong, 2007, p. 6).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang artinya adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan serta meringkas berbagai kondisi, situasi dan fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat dan berupaya menarik realitas tersebut kepermukaan. (Bungin, 2007, 68). Penelitian dibuat dengan penjabaran serta analisis dengan deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta dan sifat populasi atau objek penelitian yang diteliti (Tunshorin, 2016, 73). Penelitian kualitatif deskriptif tepat digunakan dalam penelitian ini karena peneliti ingin melihat dan mencari data terkait pengungkapan diri yang dilakukan oleh individu transwoman di media sosial Instagram. Data tersebut dapat diperoleh melalui penelitian kualitatif deskriptif yang akan menghasilkan data berupa kata-kata non data statistik. Data diperoleh dengan wawancara semi terstruktur yang dilakukan peneliti kepada narasumber.

3. Objek Penelitian

Setiap penelitian membutuhkan objek penelitian yang merupakan dasar dari sebuah pembahasan (Mukhtazar, 2020, p. 45). Menurut Husein Umar, objek penelitian adalah apa atau siapa yang menjadi objek permasalahan dari sebuah penelitian. Bisa juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, serta ditambahkan hal-hal yang dianggap perlu (Umar, 2013, p. 18). Dari penjelasan diatas, maka objek dari penelitian ini adalah pengungkapan diri seorang transwoman di media sosial Instagram.

4. Subjek Penelitian

Masih berhubungan dengan objek penelitian, terdapat juga subjek penelitian. Subjek penelitian sangat diperlukan untuk melengkapi data dan kebutuhan dari penelitian. Pada penelitian kualitatif, subjek penelitian disebut dengan informan atau narasumber (Fitrah & Luthfiyah, 2017, p. 152). Dalam penelitian ini, subjek yang dipilih adalah Ian Hugen.

Alasan pemilihan Ian Hugen sebagai narasumber penelitian karena Ian Hugen aktif, dan memiliki pengikut yang cukup besar di media sosial utamanya yaitu pada akun Instagram @_ianhugen_.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber primer penelitian ini adalah deskripsi akun Instagram @_ianhugen_ dan hasil wawancara dengan narasumber. Menurut Indriantoro dan Supomo, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian yang dianggap lebih akurat karena disajikan secara terperinci (Purhantara, 2010, p. 79). Data primer dapat diperoleh dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan juga dokumentasi (Walliman, 2006, p. 27). Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari wawancara semi terstruktur terhadap narasumber.

b. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara atau langkah-langkah yang dilakukan secara ilmiah oleh peneliti untuk mendapatkan data-data (Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2013, p. 2). Penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu dengan deskripsi isi akun dan wawancara mendalam.

1.) Deskripsi Isi Akun

Penelitian ini menggunakan metode deskripsi isi akun, yaitu mempelajari dan menarik kesimpulan dari fenomena dengan memanfaatkan dokumen. Cara tersebut dipilih untuk mengetahui gambaran karakteristik secara sistematis dari dokumen yaitu unggahan dalam akun Instagram @_ianhugen_ yang tampak dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi

Deskripsi isi akun menggunakan pengukuran frekuensi pasti dari jumlah dan persentase kejadian sesuai dengan indikator yang dibuat oleh peneliti. Penelitian ini melihat jumlah unggahan dari Ian Huguen yang berkaitan dengan pengungkapan diri sebagai transwoman. Unggahan akan dianalisis berdasarkan indikator yang dibuat. Data diambil dari akun Instagram @_ianhugen_ yang merupakan data utama dimulai dari pertama kali mengunggah foto/video pada April 2020 hingga akhir bulan Juni 2022.

2.) Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara adalah sebuah cara bagi peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dengan berkomunikasi dengan subjek penelitian. Dalam penelitian ini, wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur, dimana peneliti sudah memiliki daftar pertanyaan dan dalam prosesnya memungkinkan

adanya pertanyaan-pertanyaan tambahan supaya penggalian informasi lebih mendalam (Alijoyo, Bobby, & Intan, 2010, p. 1).

Wawancara dapat dilakukan setelah peneliti menghubungi narasumber melalui kontak pribadi. Peneliti memperkenalkan diri secara singkat, dan menjelaskan maksud dan tujuannya. Setelah narasumber bersedia, pertanyaan dilanjutkan dengan bagian isi dimana pertanyaan merujuk pada inti dari permasalahan. Sebagai penutup, peneliti mengucapkan terima kasih kepada narasumber.

Sesuai dengan judul penelitian, maka peneliti memberikan pertanyaan berkaitan dengan pengungkapan diri Ian Huguen sebagai transwoman di media sosial Instagram @_ianhugen_.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses dimana peneliti melakukan penafsiran dan memverifikasi data-data yang sudah didapatkan dari proses pengumpulan data (Mamik, 2015, p. 134). Penelitian dengan metode kualitatif dalam dianalisis datanya bersamaan atau setelah proses pengumpulan data. Peneliti bisa memilih data mana yang akan ditampilkan dan tidak sesuai dengan proses yang sudah dilakukan. Berikut adalah tiga tahap yang dapat dilakukan pada proses analisis data kualitatif (Morissan, 2019, pp. 19-21) :

a. Reduksi Data atau *Data Reduction*

Reduksi data adalah proses pemilahan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan perubahan data kasar yang didapat peneliti dari narasumber di lapangan. Tujuannya supaya peneliti dapat membuang data yang tidak perlu sehingga lebih tajam dan tergolongkan. Peneliti pun akan lebih mudah menarik kesimpulan dari data yang sudah diambil.

Peneliti memperoleh data dari wawancara terhadap narasumber. Dari media jawaban atau data yang sudah diperoleh, tidak semuanya digunakan karena belum tentu relevan dengan topik penelitian. Peneliti mereduksi data dengan memilih dan menyeleksi data mana yang berguna untuk menjawab masalah penelitian. Peneliti memilah berdasarkan tiga teori yang digunakan untuk meneliti penelitian ini. Ketiga teori tersebut adalah Manajemen Komunikasi Privat (CPM), *Self-disclosure* atau Pengungkapan Diri, dan Performativitas.

b. Penyajian Data atau *Data Display*

Data yang sudah dipilah akan disajikan, dan ditampilkan secara naratif dan lebih sistematis. Kesimpulan-kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti saat itu akan memudahkan peneliti dalam menentukan kesimpulan akhir.

Peneliti menyajikan data baik dari wawancara maupun analisis isi konten yang sudah direduksi sebelumnya. Peneliti membuat data menggunakan teks naratif untuk membantu peneliti dalam melihat informasi secara keseluruhan dengan singkat. Kesimpulan akan lebih mudah dibuat dan pembaca juga lebih mudah memahami informasi yang disajikan.

c. Penarikan Kesimpulan atau *Conclusion Drawing*

Setelah data terkumpul dan disajikan secara sistematis, peneliti memverifikasi atau melihat kembali data yang sudah diperoleh. Ketika penjelasan, penyimpanan, dan kumpulan data lapangan sudah sesuai dan dianggap lengkap, maka peneliti mampu menentukan kesimpulan akhir yang dapat dipertanggungjawabkan.

Peneliti terus membuat kesimpulan hingga menemukan kesimpulan akhir. Kesimpulan awal peneliti dari penelitian ini adalah narasumber melakukan pengungkapan diri supaya bisa lebih nyaman dan jujur dalam hidup di tengah masyarakat tanpa kebohongan akan identitas diri yang dirasakan. Namun peneliti melihat adanya temuan baru yang dirumuskan pada kesimpulan di akhir penelitian.