



## **Representasi Soft Masculinity pada Gaya Berpakaian Jovi Adhiguna di Instagram: Analisis Semiotika Roland Barthes**

**Kunto Wibisono<sup>1</sup>, Arvin Hardian<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Email : [Kuntuwibi0@gmail.com](mailto:Kuntuwibi0@gmail.com)<sup>1</sup>, [arvin.ahr@bsi.ac.id](mailto:arvin.ahr@bsi.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Representasi maskulinitas di media sosial semakin relevan dikaji seiring meningkatnya kehadiran figur publik pria yang menampilkan ekspresi gender non-konvensional di Instagram. Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi Soft Masculinity pada gaya berpakaian Jovi Adhiguna di Instagram melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis tiga tataran: denotasi, konotasi, dan mitos. Data bersumber dari sepuluh unggahan foto statis yang dipilih secara purposif dari akun @joviadhiguna pada periode Januari–Juni 2026. Pada tataran denotasi, ditemukan lima elemen visual berulang: garmen bersiluet ambigu gender seperti rok, dress, dan tunik panjang; aksesoris feminin bervolume besar seperti kalung mutiara berlapis, heels, dan anting bergelantung; rambut panjang melebihi bahu; postur dan ekspresi wajah terbuka dan non-kaku; serta caption yang menegosiasikan norma berpakaian berbasis gender. Pada tataran konotasi, elemenelemen tersebut mengkomunikasikan kebebasan estetis, kepercayaan diri nonkonvensional, keterbukaan emosional, dan hibriditas identitas. Pada tataran mitos, teridentifikasi tiga mitos maskulinitas baru: maskulinitas estetis sebagai identitas yang sah, fashion tanpa gender sebagai penanda modernitas, dan kepercayaan diri tanpa pembelaan sebagai puncak Soft Masculinity. Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya berpakaian Jovi Adhiguna merupakan sistem tanda yang aktif menegosiasikan dan menormalisasi ekspresi gender melampaui batas maskulinitas hegemonik dalam wacana digital Indonesia.

**Kata Kunci:** *Soft Masculinity; gaya berpakaian; Instagram; semiotika Roland Barthes; representasi.*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi dan mengekspresikan identitas melalui media sosial, khususnya Instagram yang mengutamakan konten visual. Melalui foto dan video, pengguna dapat membangun citra diri sekaligus menyampaikan identitas sosial dan gender. Dalam konteks ini, gaya berpakaian tidak hanya berfungsi sebagai penunjang penampilan, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang merepresentasikan identitas, status sosial, dan ideologi seseorang.

Konsep maskulinitas mengalami perubahan dari pandangan tradisional yang menekankan kekuatan, ketegasan, dan dominasi laki-laki menuju maskulinitas yang lebih fleksibel dan ekspresif. Rahmawati (2024) menjelaskan bahwa representasi maskulinitas dalam

media modern menunjukkan pergeseran dari maskulinitas konvensional menuju maskulinitas modern yang lebih adaptif terhadap perkembangan budaya. Perubahan tersebut terlihat melalui fenomena Soft Masculinity yang semakin populer akibat pengaruh budaya Korea atau Hallyu. Konsep ini menggambarkan laki-laki yang tetap memiliki identitas maskulin, tetapi mengekspresikannya melalui penampilan yang lembut, modis, emosional, dan estetik.

Di Indonesia, fenomena Soft Masculinity terlihat pada Jovi Adhiguna, seorang influencer fashion yang menampilkan gaya berpakaian dengan memadukan unsur maskulin dan feminin. Penggunaan pakaian berpotongan longgar, warna pastel, aksesoris mencolok, dan riasan ringan menjadi bagian dari ekspresi visualnya. Fenomena tersebut memunculkan beragam pandangan masyarakat, baik sebagai bentuk kebebasan berekspresi maupun sebagai sesuatu yang bertentangan dengan standar maskulinitas tradisional. Penelitian Khuzaimah et al. (2024) menunjukkan bahwa konsep genderless turut memengaruhi perubahan gaya berpakaian di Instagram, sehingga pemilihan busana tidak lagi sepenuhnya terikat pada klasifikasi maskulin dan feminin.

Representasi Soft Masculinity pada gaya berpakaian Jovi Adhiguna dapat dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes melalui tiga tahapan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi mengidentifikasi elemen visual yang terlihat secara langsung, seperti pakaian, warna, dan aksesoris. Konotasi mengungkap makna budaya yang berkaitan dengan kelembutan, estetika, dan ekspresi identitas gender, sedangkan mitos menjelaskan bagaimana tanda-tanda tersebut berkaitan dengan pandangan masyarakat mengenai maskulinitas. Pendekatan ini membantu mengungkap makna di balik representasi visual serta ideologi gender yang terbentuk melalui konten Instagram.

Penelitian mengenai representasi Soft Masculinity melalui gaya berpakaian influencer pria Indonesia di Instagram masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian berjudul “Representasi Soft Masculinity pada Gaya Berpakaian Jovi Adhiguna di Instagram: Analisis Semiotika Roland Barthes” penting dilakukan untuk memahami perubahan konstruksi maskulinitas dalam budaya visual digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian komunikasi, media sosial, semiotika, dan studi gender, sekaligus memperluas pemahaman bahwa maskulinitas merupakan konstruksi sosial dan budaya yang terus berkembang seiring perubahan zaman.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **1. Komunikasi Budaya**

Komunikasi budaya merupakan kajian yang membahas hubungan antara komunikasi dan kebudayaan. Hall (1959) menyatakan bahwa budaya dan komunikasi saling berkaitan karena cara individu berkomunikasi dipengaruhi oleh latar belakang budaya serta nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat. Sebagaimana dikutip dalam Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman (2022), perbedaan budaya turut membentuk perbedaan perilaku komunikasi. Dalam konteks media sosial, komunikasi budaya menjadi ruang interaksi antara nilai-nilai lokal dan global yang memengaruhi pembentukan identitas sosial, termasuk identitas gender. Dengan demikian, gaya berpakaian dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi visual yang merepresentasikan nilai budaya dan pandangan masyarakat terhadap maskulinitas.

### **2. Budaya Populer (Pop Culture)**

Budaya populer merupakan kumpulan gagasan, sikap, gambar, dan fenomena yang dikenal serta diminati masyarakat luas melalui media massa maupun media digital (Storey, 2009). Rozali menjelaskan bahwa budaya populer berkaitan dengan pembentukan identitas individu dan kelompok di era digital. Salah satu pengaruh budaya populer yang berkembang secara global adalah Korean Wave atau Hallyu dari Korea Selatan, khususnya melalui K-Pop dan drama Korea. Menurut Mumtaza, Korean Wave memperkenalkan budaya Korea kepada masyarakat global dan mengalami perkembangan jumlah penggemar yang signifikan. Fenomena ini turut memopulerkan konsep Soft Masculinity, yaitu bentuk maskulinitas yang menonjolkan sisi lembut, estetik, dan emosional. Dalam Jurnal Paradigma Polistaat (2024), budaya populer disebut berperan penting dalam membentuk representasi identitas gender, termasuk melalui penyebaran konsep Soft Masculinity di Indonesia.

### **3. Teori Representasi**

Representasi merupakan proses pembentukan dan penyampaian makna melalui bahasa, simbol, gambar, serta praktik sosial. Hall (1997, dalam Kumalasari, 2025) menjelaskan bahwa representasi merupakan proses produksi makna melalui bahasa dan tanda yang memungkinkan individu memahami serta mengomunikasikan suatu konsep dalam kebudayaan. Penelitian Syafiqah Al-Hamidy (2023) juga menjelaskan bahwa representasi mental menjadi dasar pembentukan makna melalui media visual seperti Instagram. Sementara itu, Hall (1997, dalam Tibefrilia & Meinawati, 2026) melalui

pendekatan konstruksionis menekankan bahwa makna dibentuk melalui penggunaan tanda dalam konteks sosial dan budaya. Dalam penelitian ini, representasi dipahami sebagai proses pembentukan makna melalui tanda-tanda visual pada unggahan Instagram Jovi Adhiguna, seperti gaya berpakaian, warna, aksesoris, dan penampilan yang menggambarkan Soft Masculinity.

#### **4. Teori Maskulinitas**

Maskulinitas merupakan seperangkat sifat, perilaku, dan peran sosial yang dibentuk oleh norma budaya dan konstruksi masyarakat. Connell dan Messerschmidt (2005, dalam Fauzan et al., 2025) menjelaskan bahwa maskulinitas bukan atribut biologis yang tetap, melainkan konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh kekuasaan dan norma gender. Connell (1995, dalam Sehnur, 2026) memperkenalkan konsep maskulinitas hegemonik yang menekankan ketegasan, kontrol emosi, dan heteroseksualitas normatif. Dalam konteks Indonesia, penelitian di Unisri (2022) menunjukkan bahwa maskulinitas tradisional masih dikaitkan dengan kekuatan dan dominasi. Namun, perkembangan budaya populer global, khususnya Hallyu, menghadirkan bentuk maskulinitas alternatif. Putra et al. dalam Jurnal Konvergensi (2025) menjelaskan bahwa beauty influencer pria di Instagram turut membentuk dan menegosiasikan identitas gender melalui representasi maskulinitas yang lebih inklusif dan adaptif.

#### **5. Konsep Soft Masculinity**

Soft Masculinity merupakan konsep maskulinitas yang menampilkan karakter lembut, kepekaan estetika, dan keterbukaan emosional tanpa menghilangkan identitas maskulin seseorang (Fauzi, 2021, dalam Kumalasari, 2025). Berbeda dengan maskulinitas hegemonik yang menekankan ketegasan dan dominasi fisik (Connell & Messerschmidt, 2005, dalam Tibefrilia & Meinawati, 2026), konsep ini menghadirkan pemaknaan maskulinitas yang lebih fleksibel. Penyebaran budaya Korea melalui K-Pop dan Hallyu turut memperkenalkan representasi laki-laki yang modis dan memperhatikan penampilan. Dalam Jurnal Komunikasi Indonesia (Scholarhub UI, 2023), budaya Korea melalui media digital dijelaskan menghadirkan konstruksi maskulinitas yang berbeda dari standar hegemonik, sehingga memengaruhi cara generasi muda memaknai maskulinitas. Dalam penelitian ini, Soft Masculinity dipahami sebagai representasi visual pria yang memadukan unsur estetika feminin dalam konten Instagram, yang dianalisis melalui semiotika Roland Barthes (1972/1977,

dalam Aldrian & Azeharie, 2022), tanpa menyimpulkan identitas atau orientasi gender subjek.

## **6. Indikator Soft Masculinity**

Fauzi (2021, dalam Putra et al., 2025) mengidentifikasi lima indikator Soft Masculinity, yaitu penampilan modis sebagai bentuk ekspresi diri, perawatan diri terhadap tubuh dan penampilan, ekspresi emosional secara terbuka, perilaku non-agresif dalam berinteraksi, serta negosiasi batas estetika gender melalui warna, pakaian, dan aksesoris yang melampaui konvensi gender. Penelitian Anggraeni (2023) mengenai representasi identitas crossdresser di Instagram dengan semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa fashion dapat dipahami sebagai sesuatu yang fleksibel dan genderless. Meskipun demikian, Soft Masculinity berbeda dari cross-dressing karena menekankan perpaduan unsur estetika lintas gender dalam penampilan yang tetap merepresentasikan maskulinitas, bukan bertujuan menyamar sebagai perempuan.

## **7. Media Sosial Instagram**

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna membagikan foto dan video sebagai sarana komunikasi serta ekspresi identitas. Octaviani dalam Jurnal Kawistara UGM (2022) menjelaskan bahwa Instagram memungkinkan pengguna mengonstruksi identitas gender yang tidak selalu sesuai dengan norma konvensional. Selain itu, media sosial menjadi ruang ekspresi identitas dan pertukaran nilai budaya (Eprints UMM, 2024). Oleh karena itu, Instagram relevan untuk mengkaji representasi Soft Masculinity melalui gaya berpakaian dan tanda-tanda visual yang ditampilkan Jovi Adhiguna (Puspaningrum & Wirawanda, 2025).

## **8. Influencer Culture**

Influencer culture merujuk pada fenomena ketika individu membangun pengaruh dan citra diri melalui konten digital. Abidin (2021, dalam Putra et al., 2025) menjelaskan influencer sebagai micro-celebrity yang membangun ketenaran melalui pengelolaan citra diri dan identitas visual secara konsisten. Penelitian Retno (2025) mengenai self-presentation Bilal Fadh menunjukkan bahwa pemilihan konten, pose, dan caption berperan dalam membangun personal branding. Dalam penelitian ini, gaya berpakaian Jovi Adhiguna di Instagram dipahami sebagai bagian dari presentasi diri yang membentuk citra maskulinitas tertentu di hadapan publik, sejalan dengan konsep presentasi diri Goffman (1959, dalam Aldrian & Azeharie, 2022).

## **9. Semiotika Roland Barthes**

Semiotika Roland Barthes merupakan pendekatan untuk memahami tanda dan makna yang terbentuk dalam konteks sosial serta budaya. Barthes (1972/1977, dalam Sobur, 2013) mengembangkan model pemaknaan tanda melalui tiga tingkatan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merujuk pada makna literal yang terlihat, konotasi berkaitan dengan makna tambahan yang dipengaruhi nilai budaya dan ideologi, sedangkan mitos menjelaskan bagaimana pandangan ideologis dibentuk seolah-olah sebagai sesuatu yang alamiah (Barthes, 1972, dalam Wulandari, 2025). Agus dan Afdal (2021) turut menjelaskan relevansi model Barthes dalam menganalisis pemaknaan tanda, sementara penelitian Bintang, Edy, dan Hajidah (2024) menunjukkan penerapannya dalam kajian fashion dan identitas di Instagram. Dengan demikian, semiotika Roland Barthes digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis makna denotatif, konotatif, dan mitologis dari gaya berpakaian Jovi Adhiguna, sehingga representasi Soft Masculinity serta ideologi gender yang melatarbelakanginya dapat dipahami secara lebih mendalam.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif-interpretatif untuk menganalisis representasi Soft Masculinity dalam gaya berpakaian Jovi Adhiguna di Instagram. Metode kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemaknaan tanda visual dan konstruksi identitas gender, bukan data numerik. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menekankan pemaknaan terhadap objek dalam kondisi alamiah, sedangkan Moleong (2017) menekankan pemahaman fenomena secara holistik melalui deskripsi. Creswell (2014) juga menyatakan bahwa penelitian kualitatif menggunakan proses induktif dan interpretatif untuk memahami makna permasalahan sosial. Analisis dilakukan menggunakan semiotika Roland Barthes yang mencakup denotasi, konotasi, dan mitos untuk mengungkap makna literal, budaya, serta ideologi yang terkandung dalam tanda visual (Barthes, 1972, dalam Sobur, 2013; Sobur, 2013).

Unit analisis penelitian ini adalah unggahan foto statis pada akun Instagram @joviadhiguna yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa teknik tersebut didasarkan pada pertimbangan tertentu sesuai tujuan penelitian, sedangkan Moleong (2017) menegaskan pentingnya penentuan unit analisis bagi kedalaman penelitian kualitatif. Barthes (1977) memandang tanda visual sebagai sistem

penanda yang dapat dibaca melalui berbagai tingkatan makna, sementara Fiske (1990) menekankan pentingnya teks visual yang utuh dalam proses pemaknaan. Objek formal penelitian ini adalah representasi Soft Masculinity melalui gaya berpakaian, sedangkan objek materialnya berupa unggahan foto Jovi Adhiguna di Instagram. Pemilihan data didasarkan pada lima indikator, yaitu siluet oversized atau nonkonvensional, penggunaan item yang dikodekan feminin, rambut panjang atau gaya rambut nonhegemonik, ekspresi emosional terbuka, serta caption yang menegosiasikan norma gender. Dari sekitar 41 unggahan foto statis periode Januari–Juni 2026, diperoleh 20 unggahan sebagai sampling frame, kemudian dipilih 10 unggahan yang memenuhi minimal tiga indikator sebagai unit analisis.

Konsep representasi dalam penelitian ini mengacu pada Hall (1997), yang menjelaskan bahwa representasi merupakan proses produksi makna melalui bahasa, tanda, dan gambar berdasarkan konvensi budaya. Puspaningrum dan Wirawanda (2025) turut menegaskan peran Instagram sebagai ruang representasi identitas gender di era digital. Sementara itu, Soft Masculinity dipahami sebagai bentuk maskulinitas alternatif yang memadukan atribut yang secara konvensional dikodekan feminin ke dalam penampilan maskulin. Connell dan Messerschmidt (2005) menjelaskan bahwa maskulinitas merupakan konstruksi sosial yang plural dan kontekstual, sedangkan Ainslie (2017) mengaitkan perkembangan maskulinitas yang lembut dan estetik di Asia dengan pengaruh budaya K-Pop. Sehnur (2026) juga menyoroti relevansi negosiasi maskulinitas dalam ruang digital. Gaya berpakaian dipahami sebagai sistem tanda nonverbal untuk mengekspresikan identitas dan posisi sosial. Barnard (2002) menyatakan bahwa pakaian merupakan bentuk komunikasi nonverbal, sedangkan Barthes (1967) memandang fashion sebagai sistem tanda yang menghasilkan makna sosial. Qorib, Oktarina, dan Ermelinda (2023) turut menegaskan fungsi fashion di media sosial sebagai sarana komunikasi identitas. Dalam konteks ini, semiotika digunakan untuk mengkaji cara tanda bekerja dan menghasilkan makna (Sobur, 2013), dengan denotasi sebagai makna literal, konotasi sebagai makna kultural dan ideologis, serta mitos sebagai ideologi yang ditampilkan seolah-olah alamiah (Barthes, 1972, dalam Nurhandini & Firmonasari, 2024).

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi tidak langsung terhadap akun Instagram @joviadhiguna, dokumentasi visual, dan studi kepustakaan. Observasi dilakukan tanpa interaksi dengan subjek melalui pengamatan jenis pakaian, warna, aksesoris, gaya rambut, ekspresi, postur, serta caption yang relevan. Pendekatan ini memandang makna sebagai hasil konstruksi sistem tanda budaya (Hall, 1997). Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar unggahan, tanggal publikasi, jumlah likes dan komentar, serta teks caption

secara lengkap. Dokumentasi merupakan sumber data yang dapat dipertanggungjawabkan dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2017), sejalan dengan pandangan Barthes (1977) bahwa foto merupakan teks visual yang mengandung beragam lapisan makna. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengkaji literatur mengenai semiotika Roland Barthes, representasi, budaya visual, Soft Masculinity, fashion sebagai komunikasi, serta konstruksi identitas gender di media sosial. Creswell (2014) menjelaskan bahwa kajian pustaka berperan dalam membangun landasan teoritis dan mengembangkan kepekaan analitis peneliti.

Pengolahan data dilakukan melalui seleksi dan inventarisasi unggahan, deskripsi visual secara denotatif, serta kategorisasi elemen yang berulang, seperti pakaian, aksesoris, rambut, ekspresi, dan caption. Tahapan ini merupakan bentuk reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian, dan transformasi data agar siap dianalisis (Moleong, 2017). Analisis dilakukan melalui empat tahap, yaitu mengidentifikasi makna denotatif dari unsur visual, menafsirkan makna konotatif berdasarkan nilai budaya dan ideologi gender, mengidentifikasi mitos maskulinitas yang dibangun atau dinegosiasikan, serta membandingkan seluruh unggahan untuk menemukan pola dan variasi representasi Soft Masculinity (Barthes, 1972, dalam Rahmawati, 2024). Keabsahan data dijaga melalui ketekunan pengamatan dengan membaca ulang unggahan, kecukupan referensial dengan menghubungkan interpretasi pada landasan teori, serta triangulasi teori yang memadukan semiotika Barthes, teori representasi Hall, dan konsep maskulinitas kontemporer. Strategi tersebut bertujuan meningkatkan kredibilitas dan mengurangi subjektivitas interpretasi (Moleong, 2017; Patton, dalam Moleong, 2017).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @joviadhiguna merepresentasikan Soft Masculinity melalui gaya berpakaian, penggunaan aksesoris, penataan rambut, ekspresi emosional, serta caption yang menampilkan kebebasan berekspresi. Jovi Adhiguna Hunter dikenal sebagai kreator konten, influencer fashion, penulis, dan pengusaha yang aktif membangun identitas visual di media sosial. Perjalanan kariernya di industri fashion Indonesia serta pandangannya mengenai gaya androgini memperlihatkan keterkaitan antara fashion dan ekspresi identitas gender. Konsistensi penampilan dan pengelolaan citra diri tersebut sejalan dengan konsep personal branding influencer yang dijelaskan Abidin (2021), yaitu pembentukan citra melalui pengungkapan diri dan identitas visual yang terencana.

Berdasarkan pengamatan terhadap sepuluh unggahan foto statis periode Januari–Juni 2026, ditemukan pola visual yang konsisten dalam merepresentasikan Soft Masculinity. Pola tersebut meliputi penggunaan pakaian bersiluet oversized atau nonkonvensional, item yang secara budaya dikodekan feminin seperti rok, blus renda, dan dress, aksesoris berupa kalung berlapis, gelang, anting, serta sepatu hak tinggi, dan rambut panjang dengan beragam penataan. Selain itu, beberapa unggahan memperlihatkan ekspresi emosional terbuka, seperti tertawa lepas dan gestur spontan, sementara caption tertentu mempertanyakan norma berpakaian berdasarkan gender. Temuan ini menunjukkan bahwa representasi Soft Masculinity tidak hanya dibangun melalui penampilan fisik, tetapi juga melalui komunikasi verbal dan cara berpakaian nonkonvensional yang ditampilkan sebagai bagian dari keseharian.

Analisis semiotika Roland Barthes terhadap sepuluh unggahan tersebut menunjukkan bahwa makna Soft Masculinity terbentuk melalui tiga tataran penandaan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Pada tataran denotasi, unggahan memperlihatkan penggunaan tunik menyerupai dress, blus berenda, rok satin merah muda, sepatu hak tinggi, aksesoris berlapis, serta rambut panjang. Pada tataran konotasi, elemen-elemen tersebut merepresentasikan kelembutan estetis, keberanian berekspresi, dan perpaduan unsur maskulin serta feminin yang melampaui batas berpakaian konvensional. Sementara itu, pada tataran mitos, unggahan-unggahan tersebut menantang anggapan bahwa rok, warna merah muda, renda, sepatu hak tinggi, dan aksesoris tertentu hanya pantas digunakan oleh perempuan. Misalnya, caption “Emang kalo cowok harus pake nipple pad yah?” mempertanyakan aturan berpakaian berdasarkan gender, “THINK PINK” menegosiasikan anggapan bahwa warna merah muda identik dengan perempuan, sedangkan “No caption needed, just vibe” dan “Sumpah suka lupa ngepost ootd” menampilkan gaya berpakaian nonkonvensional sebagai bentuk ekspresi diri yang tidak memerlukan pembenaran. Adapun caption “Day 1 @jeanpaulgaultier” menghubungkan penampilan Jovi dengan tradisi fashion avant-garde yang menantang norma gender. Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa representasi Soft Masculinity pada akun Instagram @joviadhiguna dikonstruksi melalui konsistensi gaya visual dan komunikasi digital yang menegosiasikan norma maskulinitas hegemonik. Dengan demikian, gaya berpakaian tidak hanya berfungsi sebagai penampilan estetis, tetapi juga sebagai sistem tanda yang menyampaikan identitas, kebebasan berekspresi, dan pemaknaan ulang terhadap batas gender dalam budaya fashion kontemporer.

## **TEMUAN PENELITIAN**

Berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes terhadap sepuluh unggahan Instagram @joviadhiguna selama Januari–Juni 2026, ditemukan empat pola representasi Soft Masculinity, yaitu apropriasi berulang terhadap item yang dikategorikan feminin, hibriditas gender sebagai strategi visual, peningkatan penggunaan elemen feminin, serta normalisasi melalui caption. Apropriasi tersebut terlihat dari penggunaan sepatu hak tinggi pada sembilan unggahan, rok pada empat unggahan, serta rambut panjang dan aksesoris berukuran besar pada seluruh unggahan. Penggunaan elemen-elemen tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa gaya berpakaian feminin bukan sekadar eksperimen sesaat, melainkan bagian dari identitas visual Jovi. Hibriditas gender terlihat melalui perpaduan pakaian berkode maskulin dan feminin, seperti kemeja putih dengan rok merah muda, atasan turtleneck berbahan kulit dengan celana balon, serta blus dan sepatu hak tinggi yang dipadukan dengan celana jeans lebar. Selain itu, terdapat kecenderungan penggunaan item feminin yang semakin eksplisit pada unggahan periode Maret–April 2026. Pola ini disertai penggunaan caption yang bergerak dari pernyataan provokatif, seperti “Emang kalo cowok harus pake nipple pad yah?”, menuju ungkapan yang lebih santai dan rutin, seperti “Bliss 🌸”, “On repeat”, dan “Sumpah suka lupa ngepost ootd”. Secara keseluruhan, temuan tersebut menunjukkan bahwa representasi Soft Masculinity dibangun melalui konsistensi visual dan komunikasi digital yang menantang batas-batas gender konvensional.

Makna representasi Soft Masculinity pada akun @joviadhiguna dapat dipahami melalui tiga tataran semiotika Barthes. Pada tataran denotasi, representasi terlihat melalui pakaian bersiluet nonkonvensional, rok, dress, blus berenda, aksesoris feminin, rambut panjang, ekspresi emosional terbuka, serta caption yang membahas kebebasan berpakaian. Pada tataran konotasi, elemen-elemen tersebut menyampaikan nilai kebebasan estetis, kepercayaan diri, keterbukaan emosional, dan perpaduan identitas maskulin serta feminin. Sementara itu, pada tataran mitos, konten tersebut menantang anggapan bahwa laki-laki harus mengikuti aturan berpakaian yang kaku berdasarkan gender. Repetisi tanda visual selama enam bulan membentuk pemaknaan alternatif bahwa laki-laki dapat mengekspresikan dirinya melalui berbagai gaya tanpa kehilangan identitasnya. Dengan demikian, representasi Soft Masculinity dalam konten fashion Jovi Adhiguna tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi estetis, tetapi juga sebagai bentuk negosiasi terhadap norma maskulinitas konvensional dan konstruksi pemahaman baru mengenai kebebasan berekspresi dalam budaya fashion kontemporer.

## **PEMBAHASAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa representasi soft masculinity pada akun Instagram @joviadhiguna dapat dipahami melalui tiga tataran semiotika Roland Barthes, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Pada tataran denotasi, pakaian, aksesoris, gaya rambut, ekspresi wajah, serta caption menjadi tanda visual yang membentuk penampilan Jovi Adhiguna. Pada tataran konotasi, elemen fashion tersebut mengandung makna kebebasan berekspresi, kepekaan estetika, dan negosiasi terhadap norma gender. Hal ini sejalan dengan Barthes (1977) mengenai makna dalam citra serta Barnard (2002) yang memandang fashion sebagai sistem komunikasi nonverbal. Sementara itu, pada tataran mitos, repetisi penggunaan elemen feminin membangun gagasan bahwa maskulinitas tidak harus terikat pada aturan berpakaian konvensional dan bahwa fashion dapat menjadi sarana ekspresi identitas tanpa batasan gender yang kaku (Barthes, 1972).

Representasi soft masculinity Jovi Adhiguna juga selaras dengan konsep yang dikemukakan Fauzi (2021), yakni perpaduan karakter yang secara konvensional diasosiasikan dengan feminitas, seperti kelembutan, kepekaan estetika, dan keterbukaan emosional, tanpa menghilangkan identitas maskulin. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sihan (2023) mengenai soft masculinity pada idol K-Pop yang ditampilkan melalui perpaduan elemen maskulin dan feminin, ekspresi emosional terbuka, serta pilihan fashion yang disengaja. Namun, representasi Jovi memiliki kekhasan dalam konteks Indonesia karena penggunaan pakaian feminin, seperti rok dan lace blouse, ditampilkan secara lebih eksplisit. Caption yang digunakan juga menunjukkan kesadaran terhadap norma gender yang sedang dinegosiasikan. Hal ini berkaitan dengan pergeseran maskulinitas di media modern Indonesia sebagaimana dikemukakan Rahmawati (2024).

Temuan penelitian ini memiliki keterkaitan dengan sejumlah penelitian terdahulu, antara lain Tibefrilia dan Meinawati (2026), Aldrian dan Azeharie (2022), Sihan (2023), Kumalasari (2025), Sehnur (2026), serta Fauzan et al. (2025). Penelitian-penelitian tersebut sama-sama menunjukkan adanya perubahan dan negosiasi terhadap konsep maskulinitas konvensional melalui media digital, film, dan budaya populer. Perbedaan terletak pada objek, konteks, dan pendekatan analisis yang digunakan. Jika beberapa penelitian sebelumnya menekankan relasi kuasa, peran sosial, atau ekspresi emosional, penelitian ini berfokus pada pemaknaan tanda visual dalam gaya berpakaian influencer pria Indonesia melalui semiotika Roland Barthes. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah kajian mengenai soft masculinity dalam konten fashion influencer pria Indonesia dan menunjukkan bahwa gaya

berpakaian Jovi Adhiguna bukan sekadar pilihan estetis individual, melainkan sistem tanda yang berperan dalam menegosiasikan dan menantang norma maskulinitas hegemonik di era digital.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan untuk memahami representasi soft masculinity dalam gaya berpakaian Jovi Adhiguna di Instagram melalui analisis semiotika Roland Barthes. Berdasarkan analisis terhadap sepuluh unggahan foto pada periode Januari–Juni 2026, ditemukan bahwa representasi soft masculinity pada tataran denotasi ditampilkan melalui penggunaan pakaian bersiluet ambigu gender, aksesoris feminin, rambut panjang, ekspresi emosional yang terbuka, serta caption yang menegosiasikan norma berpakaian berbasis gender. Pada tataran konotasi, elemen-elemen tersebut merepresentasikan kebebasan berekspresi, kepercayaan diri, keterbukaan emosional, dan hibriditas identitas yang memadukan unsur maskulin dan feminin. Sementara itu, pada tataran mitos, ditemukan tiga konstruksi utama, yaitu maskulinitas estetis sebagai identitas yang sah, fashion tanpa gender sebagai penanda modernitas, serta kepercayaan diri tanpa pembelaan sebagai bentuk soft masculinity. Ketiga mitos tersebut terbentuk melalui pengulangan tanda visual, perkembangan gaya berpakaian, dan normalisasi pilihan estetis sepanjang periode penelitian. Dengan demikian, gaya berpakaian Jovi Adhiguna tidak sekadar menjadi pilihan estetis individual, tetapi juga merupakan sistem tanda yang berperan dalam menegosiasikan dan menantang norma maskulinitas hegemonik di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa soft masculinity dapat direpresentasikan melalui identitas maskulinitas yang adaptif, estetis, dan melampaui batas-batas konvensional gender.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abidin, C. (2021). Mapping internet celebrity on TikTok: Exploring attention economies and visibility labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77–103.
- Ainslie, M. J. (2017). Korean soft masculinity vs. Malay hegemony: Malaysian masculinity and Hallyu fandom. *Korea Observer*, 48(3), 609–638.
- Aldrian, W., & Azeharie, S. (2022). Representasi maskulinitas pada sosok ayah dalam film *Fatherhood* (Semiotika Roland Barthes). *Koneksi*, 6(2), 343–350.
- Barnard, M. (2002). *Fashion as communication* (2nd ed.). Routledge.
- Barthes, R. (1967). *The fashion system*. Hill and Wang.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Hill and Wang.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. Fontana Press.

- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fauzan, R., Rindiyan, & Tabrani. (2025). Maskulinitas rapuh di TikTok: Representasi emosi lelaki dalam budaya siber Gen Z. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 977–987. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.vi.21613>
- Fauzi, A. (2021). Soft masculinity dan konstruksi identitas laki-laki di media sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(1), 45–58.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies* (2nd ed.). Routledge
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications.
- Khuzaimah, K. (2024). Genderless fashion di Instagram: Pergeseran batas maskulin dan feminin. *Jurnal Komunikasi Visual*, 5(2), 88–102
- Kumalasari. (2023). Representasi maskulinitas positif pada akun Instagram @lakilakibaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 22–37.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhandini, H., & Firmonasari, A. (2024). Representasi identitas Lombok dalam akun Instagram “Inside Lombok”: Analisis semiotika Roland Barthes. *Semiotika: Jurnal Ilmu Sastra dan Linguistik*, 25(1). <https://doi.org/10.19184/semiotika.v25i1.41248> (Diakses 9 Agustus 2026)
- Puspaningrum, A., & Wirawanda, Y. (2025). Instagram sebagai ruang representasi identitas gender. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 8(1), 114.
- Putra, P. A., Puspitasari, D. R., & Farisi, R. (2025). Performatif gender dan algoritma: Netnografi beauty influencer pria Indonesia di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 55–71
- Qorib, F., Oktarina, N., & Ermelinda. (2023). Fashion sebagai komunikasi identitas dan status sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Budaya*, 6(2), 110125.
- Rahmawati, N. (2024). Constructing masculinity in men’s skincare advertising: A semiotic study utilizing Roland Barthes’ theory. *AzZahra: Journal of Gender and Family Studies*, 4(2). <https://doi.org/10.15575/azzahra.v4i2.28765> (Diakses 9 Agustus 2026)
- Sehnur, Y. N. D. W. D. (2026). Negotiation of masculinity in digital space: A study of male beauty influencers in Indonesia. *Lentera: Journal of Gender and Children Studies*, 6(1),

- 682–690. <https://doi.org/10.26740/lentera.v6i1.51893> (Diakses 9 Agustus 2026)
- Sobur, A. (2013). *Semiotika komunikasi* (Cetakan ke-5). PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Tibefrilia, J. D., & Meinawati, E. (2026). New soft masculinity discourse in era digital: A critical analysis of Zayn Malik's Instagram posts. *English Learning Innovation* <https://doi.org/10.22219/englie.v7i1.43178> (englie), 7(1), 304–323.