

Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator*

(Studi Semiotika terhadap Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di *YouTube*)



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

Iven Sumardiyantoro

16321061

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2020

SKRIPSI

SKRIPSI

Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator*

(Studi Semiotika terhadap Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di *YouTube*)

Disusun Oleh:

Iven Sumardiyantoro

16321061

Telah disetujui Dosen Pembimbing Skripsi untuk diujikan dan dipertahankan dihadapan
tim penguji skripsi

Tanggal 21 Mei 2020

Dosen Pembimbing Skripsi

الإمامة النبوية
الاستدلال بالقرآن



Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A.

NIDN. 0514078702

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator*

(Studi Semiotika terhadap Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di *YouTube*)

Disusun Oleh:

Iven Sumardiyantoro

16321061

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal 21 Mei 2020

Dewan Penguji :

1. **Ratna Permata Sari, S.I.Kom., M.A**

NIDN 0509118601



2. **Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A**

NIDN 0514078702



Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Puji Harivanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **Iven Sumardiyantro**

NIM : **16321061**

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator***

(Studi Semiotika terhadap Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di *YouTube*)

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama pembuatan laporan skripsi dan Menyusun skripsi, saya tidak melakukan pelanggaran akademik dalam bentuk hal apapun. Hal tersebut seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, serta pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang telah ditetapkan oleh Universitas Islam Indonesia
2. Sebab itu, karya ilmiah ini merupakan hasil dari penulis, Bukan sebagai karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bahwa skripsi ini adalah jiplakan dari karya onrag lain maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 2 April 2020



(Iven Sumardiyantoro)
NIM 16321061

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melipihkan segala rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator* (Studi Semiotika terhadap Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di *YouTube*)”. Penulis meneliti skripsi dengan judul tersebut ingin membahas mengenai bagaimana presentasi diri dari kedua *content creator* tersebut. Dengan begitu dapat mengetahui presentasi diri dari seorang *content creator*. Skripsi ini memiliki maksud untuk syarat mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut mendukung dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini, penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Suwarno dan Ibu Ratmini, selaku orang tua saya yang tidak henti memberikan doa, kasih sayang, dan motivasi kepada saya
2. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Univeritas Islam Indonesia
3. Ibu Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan koreksi sampai pada penyelesaian skripsi ini
4. Ibu Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik saya
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Univeritas Islam Indonesia
6. Teman-teman Komunikasi 2016 yang saya banggakan
7. Teman-teman Marching Band Universitas Islam Indonesia yang membentuk saya menjadi seseorang yang kuat dan selalu menjadi tempat curhat

8. Wak Batam Camp Elite Galih Rahmadi dan Rey Kevino telah bersama-sama selama 4 tahun selama kuliah
9. Dina Sabila dan Tiara Puspita A. yang menjadi support system dikala hidup saya berada paling bawah
10. Serta rekan-rekan yang tidak saya dapat sebutkan satu persatu terima kasih telah membantu saya.

Penulis menyadari akan kekurangan dari skripsi yang jauh dari kesempurnaan ini, baik dari segi materi maupun segi penulisan. Segala saran maupun kritik akan sangat bermanfaat bagi penulis untuk membuat karya tulis berikutnya dengan yang lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

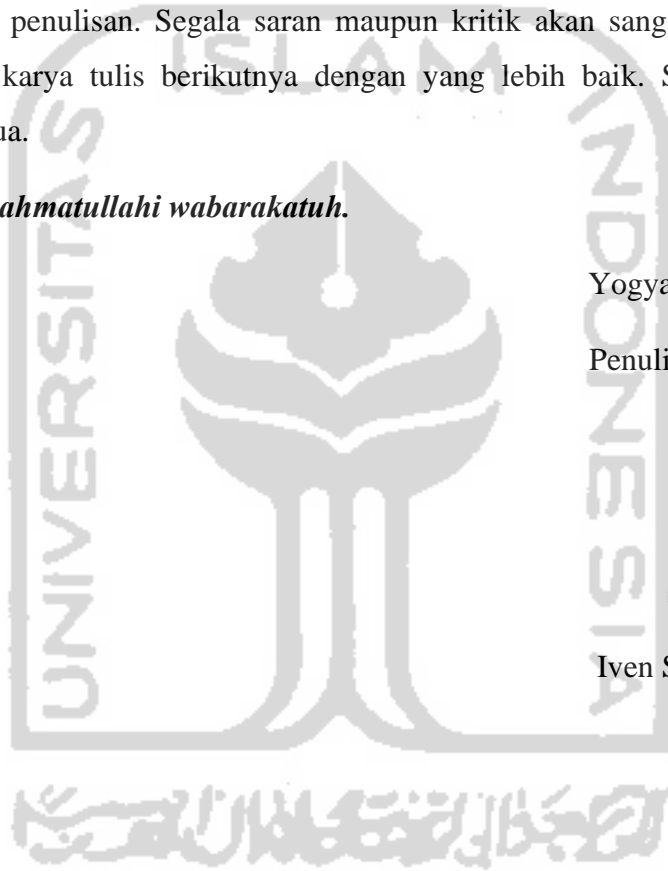
Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Yogyakarta, 2 April 2020

Penulis



Iven Sumardiyantoro



MOTTO

وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(QS. Al Baqarah: 216).



PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

Bapak dan Ibu saya yang selalu mendoakan dan telah membesarkan saya

ABSTRAK

Iven, Sumardiyantoro. 16321061 (2020). Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator* (Studi Semiotika terhadap Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di *YouTube*). (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini berjudul Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator* (Studi Semiotika terhadap Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di *YouTube*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Jovi Adhiguna dan Noe Row mempresentasikan diri mereka sebagai *content creator* didalam *vlog* mereka di *channel YouTube*-nya nya berdasarkan denotasi, konotasi mitos yang ada. Dalam hal ini peneliti menggunakan beberapa teori yang relevan dengan penelitian ini seperti representasi, *self presentation personality*, semiotika, semiotika Roland Barthes.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis data yaitu analisis semiotika Roland Barthes. Barthes memukakan sebuah konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisis semiotika nya dengan mendefinisikan sebuah tanda (*sign*) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari ekspresi (*signifier*) dalam hubungannya dengan konten (*signified*).

Hasil penelitian ini menemukan bahwa Jovi Adhiguna dan Noe Row memanfaatkan media sosial yaitu *YouTube* untuk mempresentasikan diri mereka melalui *vlog*. Jovi Adhiguna dan Noe Row menampilkan citra diri mereka didalam *vlog* mereka dengan menghabiskan waktu bersama orang terdekatnya, memberikan informasi-informasi yang bermanfaat, gaya bahasa yang sopan dan santai, serta tindakan-tindakan mereka kearah yang positif dengan menunjukkan konten-konten *vlog* yang menghibur dan bermanfaat.

Kata kunci: Semiotika, Representasi, Vlog, *Self Presentation Personality*, Roland Barthes.

ABSTRAK

Iven, Sumardiyantoro. 16321061 (2020). Representation of Self Presentation Personality as Content Creator (Semiotics Study of Jovi Adhiguna Hunter and Noe Row on YouTube). (Bachelor Thesis). Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.

The title of this research is Representation of Self Presentation Personality as a Content Creator (Semiotics Study to Jovi Adhiguna Hunter and Noe Row on Youtube). The purpose of this research is to identify how Jovi Adhiguna and noe row represent their self as a content creator in their video blog or vlog on their youtube channel based on denotation, connotation myth that exist. in this case the researcher uses some relevant theory for this research such as representation, self presentation personality, semiotics, Roland Barthes semiotic.

The research method uses data analysis research methods which is Roland Barthes semiotic analysis. Barthes present a concept about connotation and denotation as a key of his semiotic analysis by defining a sign as a system that consisting of expressions (signifer) in relation to content (signified).

The result of this research is that Jovi Adhiguna and Noe Row use social media Youtube to represent their self through vlog. Jovi Adhiguna and Noe Row show their self image in their vlog by spending time with their closest person, providing useful information, polite and easy language style, and their positive action by showing useful and entertaining vlog contents.

Keywords: Semiotics, Representation, Vlogs, Self Presentation Personality, Roland Barthes.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	5
1. Kajian Terdahulu	5
2. Kajian Teori	10
F. Metodologi Penelitian	13
1. Tipe Penelitian	13
2. Metode Penelitian	14
3. Objek Penelitian	15
4. Tahapan Penelitian	15
BAB II	16
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	16
A. Jovi Adhiguna Hunter	16
B. Noe Row	20
C. Unit Analisis	22
BAB III	29
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Jovi Adhiguna Hunter	29
B. Noe Row	39
C. Pembahasan	47
BAB IV	52

PENUTUP	52
A. Simpulan	52
B. Keterbatasan Penelitian.....	53
C. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56



DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1	Penelitian Terdahulu	8
1.2	Analisis Semiotika Roland Barthes	14
2.1	<i>Vlog</i> Jovi Adhiguna Hunter 1	22
2.2	<i>Vlog</i> Jovi Adhiguna Hunter 2	23
2.3	<i>Vlog</i> Jovi Adhiguna Hunter 3	24
2.4	<i>Vlog</i> Noe Row 1	25
2.5	<i>Vlog</i> Noe Row 2	25
2.6	<i>Vlog</i> Noe Row 3	26
2.7	<i>Vlog</i> Noe Row 4	27
2.8	<i>Vlog</i> Noe Row 5	27
3.1	Scene 0:20 – 0:58	29
3.2	Scene 2:05 – 2:25	30
3.3	Scene 8:20 – 8:32	31
3.4	Scene 1:28 – 1:36	32
3.5	Scene 5:31 – 5:57	33
3.6	Scene 8:47 – 8:52	34
3.7	Scene 8:59 – 9:12	35
3.8	Scene 11:13 – 11:46	37
3.9	Scene 13:18 – 13:36	38
3.10	Scene 1:16 – 1:36	39
3.11	Scene 0:23 – 15:40	40
3.12	Scene 3:03 – 3:16	42
3.13	Scene 3:03 – 3:30	42
3.14	Scene 5:35 – 5:41	43
3.15	Scene 0:54 – 1:00	44
3.16	Scene 1:27 – 1:29	45
3.17	Scene 7:09 – 7:15	46

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	Jovi Adhiguna Hunter	3
1.2	Noe Row	4
1.3	Alur Representasi menurut Stuart Hall (1997)	11
2.1	Jovi Adhiguna Hunter	16
2.2	Jovi Adhiguna Hunter	17
2.3	Jovi Adhiguna Hunter	19
2.4	<i>YouTube Creators For Change</i>	19
2.5	Noe Row	21
2.6	Noe Row	21



BAB I

PENDAHULUAN

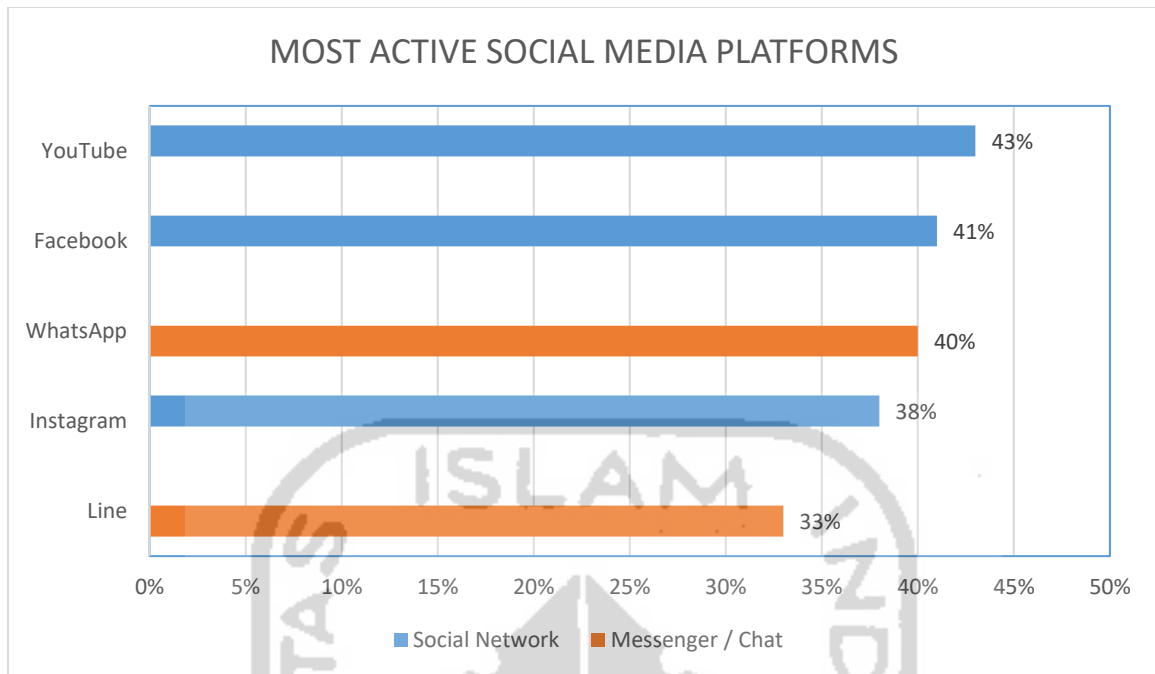
A. Latar Belakang

Internet sebagai media baru sekarang menjadi sarana menyediakan dan berbagi informasi yang memudahkan segala kebutuhan manusia. Dengan tersedianya sarana ini, internet kini sangat berperan penting disemua kalangan masyarakat. Luasnya informasi yang ada pada internet menjadikan internet sebagai media paling efektif dalam pemenuhan keinginan kita untuk mendapatkan dan berbagi informasi. Kita bisa berbagi informasi di internet yang dimana bisa melalui beberapa yang tersedia di internet. Contohnya seperti media sosial. Media sosial pada saat ini sudah tidak asing lagi untuk kita. Hal ini dikarenakan dimanapun kita berada, media sosial selalu ada di sekitar kita, jika ada akses internet.

Dalam hal ini, banyak anak muda zaman sekarang sering menggunakan media sosial sebagai memperkenalkan diri dia yaitu di *Instagram, Twitter, YouTube*, dan beberapa media sosial lainnya. Hal yang dibagikan pun bermacam-macam, dari cerita ia sedang senang, ia sedang kesal atau marah, ia sedang sedih, dan masih banyak lagi. Pengguna media sosial secara bebas untuk berekspresi dengan memperkenalkan dirinya sendiri.

Para pengguna media sosial tidak segan-segan untuk memperkenalkan diri dia di media sosial. Ini dikarenakan para remaja sudah menganggap media sosial sebagai teman mereka sendiri. Di dalam ilmiah pun sudah ada fenomena seperti ini, teori yang membahas fenomena ini ialah The Media Equation Theory. Tokoh teori ini adalah Bryon Reeves dan Clifford Nass yang mengatakan dalam tulisannya *The Media Equation: How people treat Computer, Television, and New Media like real people and places*.

Salah satu media sosial dengan pengguna aktif di Indonesia ialah *YouTube*. Dirangkum KompasTekno dari *We Are Social* (2018) menyatakan bahwa pengguna *Youtube* menempati diposisi pertama dari beberapa *platforms* media sosial yang ada di Indonesia (lihat grafik 1.1). *YouTube* adalah sebuah *platform* mengunggah, menonton, serta membagikan sebuah video secara gratis. Titik awal dari lahirnya situs video berbagi ini pada tahun 2005 yang didirikan oleh tiga pekerja di perusahaan *finance online* yaitu *PayPal* di Amerika Serikat. Mereka adalah Chad Hurley, Steve Chen, And Jawed Karim (Chandra, 2017).



(Grafik 1.1)

Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia

sumber: <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> (diakses pada tanggal 4 April 2019)

Dilihat dari grafik yang berasal dari Riset *We Are Social* (2018), salah satu media sosial dengan pengguna aktif di Indonesia ialah *YouTube*. Riset tersebut menyatakan bahwa pengguna *Youtube* menempati diposisi pertama dengan persentase 43%. *Facebook* menempati diposisi kedua dengan persentase 41%, *WhatsApp* sebagai aplikasi *messenger / Chat App* menempati diposisi ketiga dengan persentase 40%, *Instagram* menempati diposisi keempat dengan persentase 38%, dan *Line* menempati diposisi kelima dengan persentase 33%. *YouTube* pada saat ini tidak hanya sebagai penyedia informasi dan bukan hanya sekadar mengunggah video, tetapi juga dimanfaatkan sebagai pembentukan sebuah pesan dan kesan personalitas seseorang. Konsep penyampaian pesan dan kesan personalitas seseorang di *YouTube* konten yang sesuai dengan identitas dan *branding* diri dia sendiri. Contoh pengguna *Content Creator* yang memanfaatkan *YouTube* sebagai pembentukan sebuah persepsi seperti Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row.

Pada sebuah portal online brilio.net, bahwasanya Jovi sendiri dikenal sebagai *fashion stylish* yang memiliki karya-karya yang unik. Aktif di *YouTube* sejak tahun 2015, Jovi Adhiguna sendiri memilih gaya *fashion* androgini. Cowok lulusan Tata Busana Telkom University ini mengaku senang dengan gaya fashion androgini yang akhirnya membuatnya bisa mengubah cara pandang orang dengan fashion tersebut.



Gambar 1.1
Jovi Adhiguna Hunter

Sumber: [www.instagram/joviadhiguna](https://www.instagram.com/joviadhiguna)

Lalu, Noe Row adalah seorang *Youtubers* yang berasal dari Medan. Memiliki nama asli Nur Firza Hairani ia dikenal sebagai *content creator* yang memiliki karya-karya yang unik. Noe Row kerap bergaya seperti layaknya pria yang membuat para audiens kebingungan karena dia adalah seorang wanita. Walaupun androgini masih sangat awam di Indonesia, tetapi Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row mempresentasikan dirinya dengan kegiatan, pola tingkah laku, gaya bahasa, dan kepribadian yang dimilikinya.



Gambar 1.2
Noe Row

Sumber: [www.instagram/ noerow](https://www.instagram.com/noerow)

Fokus pembahasan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah *self presentation personality* yang dilakukan oleh Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row. Peneliti memilih kedua *content creator* tersebut dikarenakan mereka membawa identitas peran gender androgini yang masih dianggap awam bagi masyarakat Indonesia dimana hal tersebut cukup bertolak belakang dari realitas yang biasanya terjadi pada masyarakat pada umumnya. Namun justru Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row bisa mendapatkan respon yang positif dengan konten-konten yang tidak kontroversial. Pembahasan presentasi diri akan dibahas menggunakan pendekatan analisis semiotika.

B. Perumusan Masalah

Dengan semakin berkembangnya dunia internet yang membuat Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row dapat memperkenalkan dirinya di Youtube, hal tersebut membuat pertanyaan bagi peneliti. Maka dari itu penelitian ini akan menjawab: “Bagaimanakah Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator* Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di *YouTube*?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator* Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di *YouTube* yang bertujuan agar peneliti mengetahui bagaimana *content creator* tersebut mempresentasikan diri nya di *YouTube*.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian dapat dijadikan refrensi bagi peneliti lain yang hendak melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan subjek yang sama, yaitu Representasi *Self Presentation Personality* sebagai *Content Creator* di *YouTube*.

Secara praktis, penelitian ini dapat sebagai masukan bagi peneliti dan masyarakat agar dapat mengetahui fenomena didalam dunia media baru khususnya presentasi diri melalui media sosial *Youtube*.

E. Tinjauan Pustaka

1. Kajian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti menggunakan lima penelitian terdahulu yang relevan sebagai acuan untuk penelitian yang akan diliti, rangkuman dari lima penelitian terdahulu diantaranya:

- a. Referensi penelitian terdahulu yang pertama adalah skripsi sarjana penelitian Komunikasi dan Penyiaran Islam oleh Yosa Yunita (2018) dengan judul “**Hubungan Penggunaan Instagram dengan Self-Presentation Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang)**”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa para mahasiswa di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pemalang menggunakan *Instagram* sebagai sarana mempresentasikan dirinya. Mahasiswa di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pemalang melakukan presentasi diri mereka dengan cara memberitahukan mengenai siapa dirinya dengan membagikan foto ataupun video agar diakui oleh para pengikutnya. Tentunya setiap pribadi seseorang memilik cara tersendiri untuk mempresentasikan dirinya ke *Instagram*. Dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan antara penelitian yang akan diteliti, yaitu penelitian terdahulu menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari korelasi antara

objek yang diteliti ke subjek. Sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan penelitian kualitatif dengan mencari ataupun menjelaskan atas suatu masalah.

- b. Referensi penelitian terdahulu yang kedua adalah jurnal penelitian Hubungan Masyarakat oleh Yusti Amelia Sundawa dan Wulan Trigartanti (2018) dengan judul **“Fenomena Content Creator di Era Digital”**. Hasil penelitian ini mengatakan ketika mereka terjun ke dunia *content creator* mereka melihat bahwa ternyata menjadi *content creator* ini memberikan ‘udara’ baru bagi perusahaan, karena *content creator* dapat dijadikan media promosi baru yang dapat memberikan income besar kepada perusahaan. Penelitian ini menyatakan bahwa seorang *content creator* dapat dijadikan media promosi untuk individu maupun kelompok. Dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan antara penelitian yang akan diteliti, yaitu penelitian terdahulu tertuju pada perusahaan untuk *di-branding* melalui *content creator*. Sedangkan penelitian yang akan diteliti tertuju pada suatu individu atau seseorang untuk *mem-branding* dirinya dengan menjadi *content creator*.
- c. Referensi penelitian terdahulu yang ketiga adalah jurnal penelitian Ilmu Komunikasi oleh Ita Musfirowati Hanika (2016) dengan judul **“Self Presentation dalam Kehidupan Virtual”**. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa sebuah *game* yaitu *The Sims* bahwa untuk menjalani kehidupan tidak hanya dilakukan melalui interaksi sosial secara langsung pada kehidupan sehari-hari, tetapi juga dapat dilakukan di kehidupan virtual dengan *game* bergenre simulasi seperti *The Sims 4*. Tanpa disadari, setiap orang yang bermain *game* ini berusaha untuk menunjukkan yang terbaik didalam diri mereka. Dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan antara penelitian yang akan diteliti, yaitu penelitian terdahulu menggunakan *game* sebagai mepresentasikan diri nya yang ideal (*alter ego*) sesuai keinginan mereka. Sedangkan penelitian yang akan diliti menggunakan mediao sosial sebagai sarana presentasi diri nya untuk menunjukkan ataupun memberikan informasi tentang dirinya kepaada pengikut mereka.
- d. Referensi penelitian terdahulu yang keempat adalah skripsi sarjana Ilmu Komunikasi oleh Monita Sheilla Andiani (2017) dengan judul **“Media Baru dan Online Self**

Presentation (Studi Kualitatif Selective Self-Presentation melalui Pendekatan Hyperpersonal terhadap". Hasil penelitian ini mengatakan bahwa Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta setiap individu menciptakan dan memilih gambar yang ingin ditunjukkan kepada pengikut media sosial nya. Menciptakan dan memilih gambar tersebut dengan memilih foto ataupun video yang sesuai dengan kriteria dan sudut pandang yang sesuai, serta memperbaiki foto dengan mengedit foto ataupun video serta memberikan kata-kata yang akan dibagikan dengan kata-kata positif dan kata-kata mutiara. Lalu pengikutnya memberikan tanggapan gambar yang diciptakan dari individu tersebut berupa umpan balik yang bersifat prediksi perkataan yang sesuai keinginan individu. Dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan antara penelitian yang akan diteliti, yaitu penelitian terdahulu menggunakan Teknik *sampling* yang mencocokkan antar objek dan subjek yang diteliti. Sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan Teknik analisis semiotika yang mencari simbol-simbol ataupun tanda-tanda dari sebuah objek penelitian.

- e. Referensi penelitian terdahulu yang kelima adalah skripsi sarjana Ilmu Komunikasi oleh Meidina Catur Astiani (2017) dengan judul "***Instagram sebagai Alat Presentasi Diri Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Filter Foto dalam Instagram pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)***". Hasil penelitian ini mengatakan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta menggunakan *Instagram* sebagai pendukung segala bentuk presentasi diri nya. Presentasi diri nya tersebut berupa menampilkan foto-foto terbaik individu dengan diperindah menggunakan *filter* yang digunakan. *Filter* tersebut tergantung foto yang dibagikan setiap individu ke *Instagram* yang berguna untuk mengomunikasikan dirinya secara visual. Penggunaan *filter* foto tersebut bertujuan untuk terlihat bagus dan menarik, serta memberikan kesan yang diharapkan setiap individu. Dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan antara penelitian yang akan diteliti, yaitu penelitian terdahulu menggunakan Teknik *sampling* untuk mendapatkan data. Sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan Teknik analisis semiotika untuk mendapatkan sebuah data yang dicari.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama (Jurnal/Skripsi)	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Yosa Yunita (Skripsi)	Hubungan Penggunaan <i>Instagram</i> dengan <i>Self-Presentation</i> Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang)	a. Membahas tentang presentasi diri b. Menggunakan metode media sosial	a. Penelitian terdahulu menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan yang baru menggunakan penelitian kualitatif b. Beda <i>platform</i>
2.	Yusti Amelia Sundawa dan Wulan Trigartanti (Jurnal)	Fenomena Content Creator di Era Digital	a. Membahas tentang <i>content creator</i> b. Menggunakan metode penelitian Kualitatif c. Menggunakan media sosial	a. Objek penelitian terdahulu bertujuan pada perusahaan (<i>corporate branding</i>), sedangkan yang baru bertujuan pada individu (<i>personality</i>) b. Beda <i>platform</i>

3.	Ita Musfirowati Hanika (Jurnal)	<i>Self Presentation</i> dalam Kehidupan Virtual	<ul style="list-style-type: none"> a. Membahas tentang <i>Self Presentation</i> b. Menggunakan metode penelitian kualitatif c. Menggunakan teori Erving Gofmann 	<ul style="list-style-type: none"> a. Objek penelitian terdahulu menggunakan <i>games</i> untuk <i>self presentation</i>, sedangkan yang baru media sosial digunakan untuk <i>self presentation</i>
4.	Monita Sheilla Andiani (Skripsi)	Media Baru dan <i>Online Self Presentation</i> (Studi Kualitatif <i>Selective Self-Presentation</i> melalui Pendekatan <i>Hyperpersonal</i> terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta)	<ul style="list-style-type: none"> a. Membahas tentang <i>Self Presentation</i> b. Menggunakan media social c. Menggunakan metode penelitian kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> a. Penelitian terdahulu menggunakan teknik <i>sampling</i>, sedangkan yang baru menggunakan teknik Analisis Semiotika b. Beda <i>platform</i>
5.	Meidina Catur Astiani (Skripsi)	<i>Instagram</i> sebagai Alat Presentasi Diri Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Filter Foto dalam <i>Instagram</i> pada	<ul style="list-style-type: none"> a. Membahas tentang Presentasi diri (<i>Self Presentation</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> a. Penelitian terdahulu menggunakan beberapa <i>sampling</i>

		Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (Yogyakarta)	b. Menggunakan media social c. Menggunakan metode penelitian kualitatif	untuk mendapatkan data, sedangkan yang baru menggunakan Teknik analisis semiotika untuk mendapatkan data. b. Beda <i>platform</i>
--	--	--	--	--

2. Kajian Teori

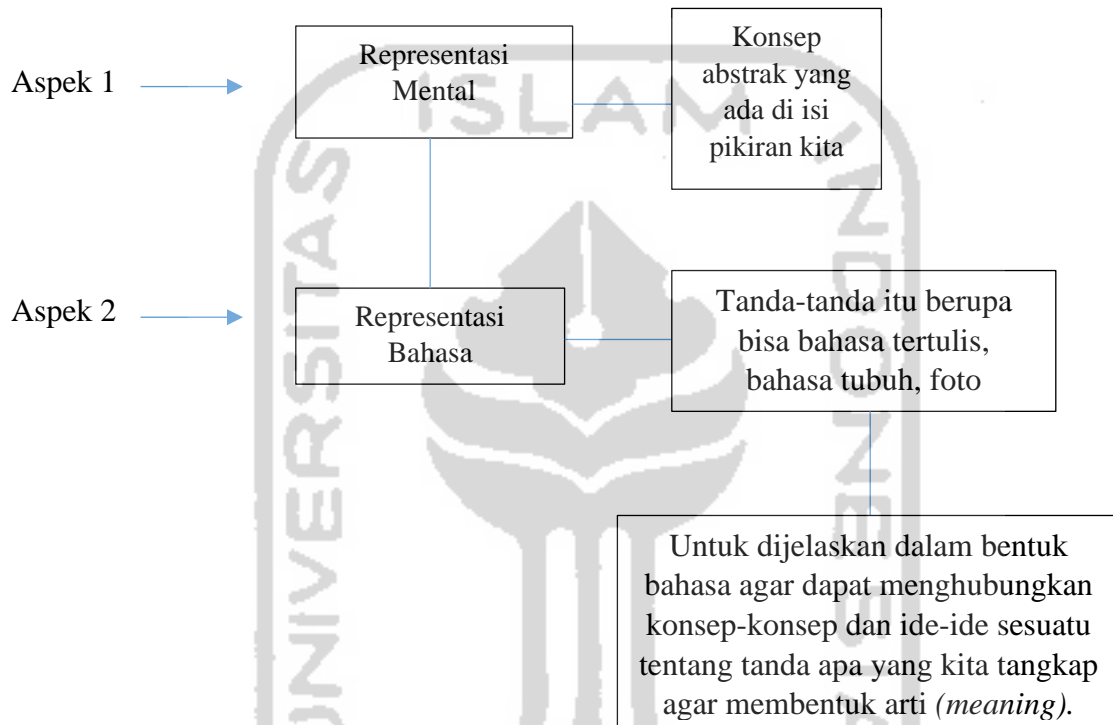
a. Representasi

Representasi merupakan sebuah proses memaknai sesuatu hal yang diwakili dari seseorang maupun sekelompok. Menurut KBBI, representasi adalah perbuatan mewakili atau keadaan diwakili atau apa yang mewakili, perwakilan. Dengan kata lain representasi merupakan gambaran yang telah diwakili dalam menjelaskan makna nya ataupun maksud dari suatu hal yang terkandung.

Representasi merupakan hasil dari antara apa yang kita pikirkan didalam pikiran kita dengan kata-kata ataupun kalimat sebagai bahasa untuk menyampaikannya. Seperti pernyataan Sunarto dkk, representasi merupakan hubungan antara beberapa konsep serta bahasa yang memberikan petunjuk suatu obyek, realitas atau pada dunia imajiner tentang obyek fiktif, manusia atau peristiwa.

Representasi menurut Hall (dalam Hasfi, 2011:17-18) menjelaskan bahwa representasi dibagi dalam dua aspek, yaitu representasi mental dan representasi bahasa. Representasi mental merupakan konsep tentang apa yang ada didalam isi pikiran kita atau dapat disebut peta konseptual. Hal ini dapat membentuk sesuatu yang abstrak. Lalu representasi bahasa merupakan

hal yang berperan penting dalam memberikan ataupun menjelaskan suatu makna. Konsep abstrak yang berasal dari isi pikiran kita harus dijelaskan dalam bentuk bahasa agar dapat menghubungkan konsep-konsep dan ide-ide sesuatu tentang tanda apa yang kita tangkap. Tanda-tanda itu berupa bisa bahasa tertulis, bahasa tubuh, foto maupun visual. Tanda-tanda tersebut itu yang akan merepresentasikan konsep abstrak yang ada di isi pikiran kita dan secara bersamaan akan membentuk arti.



Gambar 1.3
Alur Representasi menurut Stuart Hall (1997)

b. *Self Presentation Personality*

Self Presentation dapat disebut juga presentasi diri yang menurut Erving Goffman menyebut pengelolaan pesan (*impression management*). Penilaian orang lain didapatkan dari seseorang berdasarkan apa yang kita sampaikan. Seluruh penyampaian seseorang berikan itu semua tergantung atas penampilan diri (*self presentation*) seseorang. Perangkat yang digunakan untuk menampilkan diri seseorang disebut *front*. *Front* terdiri dari tempat yang disebut dengan panggung (*setting*). Panggung merupakan peralatan ruang ataupun benda yang digunakan untuk mempresentasikan dirinya. Penampilan untuk menciptakan kesan pertama orang lain yaitu

appearance. Penampilan bisa berupa cara yang disampaikan bisa melalui gaya berbusana yang dapat membentuk persepsi seseorang. Dan yang terakhir ialah gaya betingkah laku yaitu *manner* untuk memberi kesan tertentu (Rakhmat, 2012:95).

Menurut Baumeister, 1982; Koziellecki, 1984; Swann, 1987 (dikutip dalam Delamater dan Myers, 2007:89-90) menyatakan bahwa ada tiga perbedaan dalam presentasi diri. Pertama presentasi diri yang otentik, tujuan dari presentasi diri ini ialah kita adalah menciptakan citra diri kita sendiri di mata orang lain yang konsisten dengan cara kita memandang diri sendiri (diri sejati kita). Kedua presentasi diri yang ideal, tujuan kita adalah untuk membangun citra publik tentang diri kita yang konsisten dengan apa yang kita inginkan (diri ideal kita). Ketiga dalam presentasi diri taktis, keprihatinan kita adalah untuk membangun citra publik tentang diri kita yang konsisten dengan apa yang orang lain inginkan atau harapkan. Kita dapat melakukan ini, misalnya dengan mengklaim memiliki beberapa atribut yang mereka hargai, bahkan jika kita benar-benar tidak memilikinya. Orang yang terlibat dalam presentasi diri taktis biasanya memiliki beberapa motif tersembunyi dalam pikirannya. Dalam beberapa kasus, mereka ingin orang lain melihatnya secara positif karena itu akan memungkinkan mereka untuk mendapatkan suatu pengakuan yang dikontrol orang lain.

Menurut Jones dan Pittman, 1982 (dikutip dalam Alassiri, Muda, Ghazali, 2014:46) ada lima jenis dalam presentasi diri. Pertama *Self Promotion*, yaitu mempromosikan sebuah informasi positif tentang diri nya sendiri dengan memberitahu kepada orang lain tentang kualitas dirinya. Kedua *Exemplification* atau sebagai contoh, yaitu strategi ini presentasi diri dirancang untuk memperoleh sebuah persepsi, persepsi ini dirancang agar kita menjadi panutan untuk orang lain. Ketiga *Ingratiation*, yaitu strategi ini memberikan kesan kepada orang lain berupa sanjungan ataupun pujian agar menumbuhkan kesan kesederhanaan pada dirinya. Keempat *Supplication*, yaitu strategi ini membuat kelemahan atau ketergantungan yang diketahui kepada orang lain dengan harapan meminta bantuan, serta menumbuhkan rasa kesadaran bahwa setiap individu membutuhkan bantuan. Kelima *Intimidation*, yaitu strategi ini untuk mendapatkan sebuah kekuatan serta menciptakan ketakutan kepada orang lain dengan meyakinkan mereka bahwa diri sendiri kuat.

Personalitas merupakan bahasa Indonesia dari *personality* yang konon berasal dari kata *personopon* (Yunani Kuno) berarti topeng untuk main sandiwara. Sebagian besar teoritikus bahwa

personality dapat diartikan sebagai “kepribadian”. Kepribadian adalah pola sifat dan karakteristik tertentu yang relatif permanen dan ciri-ciri yang dimiliki oleh setiap individu membedakannya dari orang lain. Masing-masing orang memiliki kepribadian yang berbeda, walaupun memiliki kesamaan dalam beberapa dengan orang lain (Feist, Feist, 2010:3-4).

Menurut Prescott Lecky (dikutip dalam Maltz, 1964) seorang psikologi citra diri menganggap kepribadian merupakan suatu gagasan yang dibentuk dengan cara tetap dan tidak berubah. Menurut Gabriel Marcel (dikutip dalam Rakhmat 2012:99) menulis tentang peranan orang lain dalam memahami diri kita, “*The fact is that we can understand ourselves by starting from other, or from others, and only by starting from them*”. Dalam konsep ini mengatakan bahwa bagaimana orang menilai seseorang akan membentuk konsep diri yang dimana citra diri termasuk dalam komponen konsep diri. Citra diri kita dapat terbentuk dari orang lain yang didapat dari penilaian orang lain terhadap kita.

F. Metodologi Penelitian

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe penulisan deskriptif. Penulisan ini menyajikan data berupa kata-kata dan gambaran mengenai representasi *self presentation personality* dalam vlog Jovi Adhiguna dan Noe Row di YouTube. Metode penulisan dalam penulisan ini adalah semiotika untuk menyingkapkan bagaimana presentasi diri Jovi Adhiguna dan Noe Row. Lalu jenis pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan analisis semiotik.

Menurut Saussure (dikutip dalam Pattinasarany 1996:22) seorang bapak linguistik modern dari Eropa, melihat semiotika yang disebutnya "semiologi" sebagai disiplin ilmu sosial dan sekaligus sebagai bagian dari psikologi sosial.

“Semiotika meneliti kehidupan tanda-tanda dalam ruang lingkup kehidupan sosial lalu memberitahukan tanda-tanda tersebut terdiri dari apa dan peraturan apa yang menentukan tanda-tanda tersebut”.

Dalam Sobur (2004:63) Roland Barthes yang dikenal dengan intelektual dan kritikus sastra Prancis yang mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussure. Barthes berpendapat bahwa

bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu didalam waktu tertentu.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis data yaitu analisis semiotika Roland Barthes. Barthes memukakan sebuah konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisis semiotika nya dengan mendefinisikan sebuah tanda (*sign*) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari ekspresi (*signifier*) dalam hubungannya dengan konten (*signified*) (Wibowo, 2013:21).

Tabel 1.2
Analisis Semiotika Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (Penanda konotatif)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (Petanda konotatif)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (Tanda Konotatif)	

Melalui konsep ini, Barthes (dalam Wibowo, 2013:21-22) menjelaskan:

“bahwa proses tahap pertama merupakan hubungan antara (1) signifier (penanda) dan (2) signified (petanda) di dalam sebuah tanda dan menghasilkan (3) tanda denotatif (denotative sign). Lalu, proses tahap kedua konotasi yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika (4) tanda bertemu dengan (5) perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. (6) Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara menggambarannya”

Dalam Sobur (2004:68-69) mengatakan hal terpenting dari studi semiotika yang dilakukan Barthes tentang tanda ialah peran pembaca (*the reader*). Konotasi walaupun merupakan berasal dari tanda, hal ini membutuhkan peran pembaca agar dapat berfungsi. Barthes menjelaskan secara rinci membahas apa yang sering dikatakan sebagai unsur pemaknaan tahapan kedua, yang dimaknai di atas unsur lain yang telah ada sebelumnya.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah kumpulan *video blog* Jovi Adhiguna dan Noe Row di *YouTube*. Lalu, level analisisnya adalah *self presentation personality* dari Jovi Adhiguna dan Noe Row menggunakan model analisis semiotika Roland Barthes.

4. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini dibagi menjadi 3, yaitu:

- a. Menentukan masalah penelitian. Disini peneliti melakukan studi kasus dan mengkaji permasalahan yang akan dijadikan untuk bahan penelitian.
- b. Pengumpulan data. Disini peneliti mengumpulkan sumber data yaitu buku-buku yang berkaitan dengan teori yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian dan kumpulan *video blog* dari Jovi Adhiguna dan Noe Row di *YouTube* yang akan dianalisis oleh peneliti. Kemudian peneliti mengklafisikan *scene-scene* video tersebut kedalam tabel.
- c. Analisis dan penyajian data. Pada tahap ini peneliti melakukan analisis data yang sudah dikumpulkan terkait *self presentation personality* pada *Content Creator* Jovi Adhiguna dan Noe Row di *YouTube*. Analisis tersebut berupa menyajikan data dari sebuah pandangan teoretis terhadap permasalahan penelitian serta akan membentuk suatu kesimpulan.

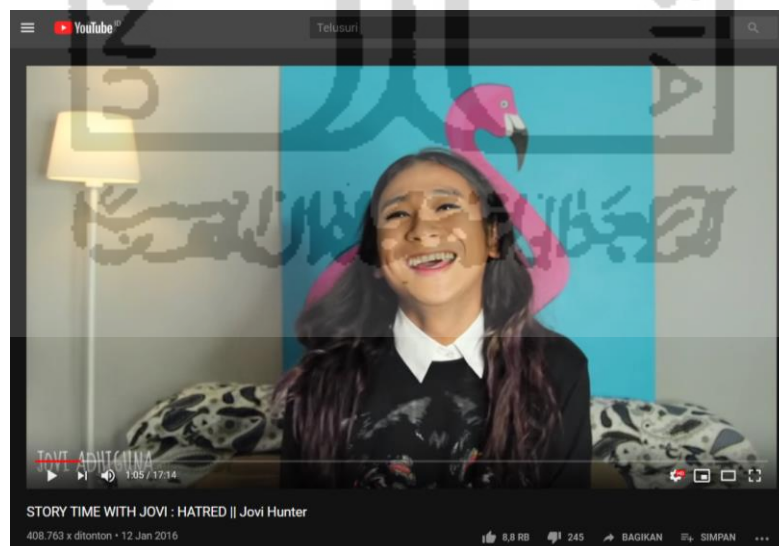
BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Jovi Adhiguna Hunter

Jovi Adhiguna Hunter mengawali karirnya sebagai seorang *fashion stylist* di beberapa kalangan artis tanah air yang sekarang sebagai seorang *content creator beauty vlogger* di beberapa media baru salah satunya *Youtube*. Tidak hanya menyuguhkan konten fashion dan make-up, Jovi juga seorang *influencer* dengan sering membagikan kegiatan kesehariannya di media sosial, membuat penggemar merasa sangat lebih dekat dengan figur hangat dan ramah. Lahir di Jakarta, 2 Juni 1990 berjenis kelamin pria dengan nama asli Jovi Adhiguna Hendrawan. Pria lulusan Tata Busana dari Universitas Telkom ini memang sudah dikenal sebagai identitas androgini, Jovi dikenal sebagai salah satu *vlogger* identitas androgini dikarenakan *fashion style* nya seperti perempuan. Akan tetapi, Jovi mengubah cara pandang orang dengan gaya *fashion* androgini.

Jovi memang sudah menyukai dunia *fashion* semenjak kecil, senang menggambar, dan itu sudah dimulai dari Jovi kelas 6 Sekolah Dasar. Bahkan Jovi mengakui dirinya sudah sejak lama suka *anime*, *flamingo*, *dragon ball*, dan makhluk mitologi seperti *unicorn*. Ini dapat dilihat di dinding kamar Jovi terdapat salah satu kesukaan Jovi yaitu gambar *flamingo* yang sering diperlihatkan kamarnya di dalam video *YouTube* Jovi.



Gambar 2.1

Jovi Adhiguna Hunter

Sumber: www.youtube (Jovi Adhiguna Hunter)

Meski punya banyak kesibukan dengan pekerjaannya yang sering keluar kota bahkan keluar negeri dan sering tampil bersama teman-teman dilingkungannya, keluarga tetap menjadi prioritas utama dalam kehidupannya. Jovi juga sering menunjukkan perhatiannya kepada keluarga dan mengabadikan kebersamaan keluarganya yang sering Jovi bagikan ke *channel YouTube*-nya dan akun *Instagram*-nya dengan sang Adiknya yaitu Sarah Ayu dan sang Ibunda nya yaitu Jessy Rubiyanti Hunter



Gambar 2.2
Jovi Adhiguna Hunter

Sumber: www.instagram/joviadhiguna

Didalam sesi wawancara portal online woop.id (diakses pada tanggal 5 Oktober 2019), Pencarian jati diri seorang Jovi berawal menerima dirinya yang sebenarnya, yang menurut nya tidak wajar sejak kecil bukan perjalanan yang gampang. Ada suatu masa didalam hidupnya hanya karena ingin menyenangkan orang lain, Jovi memutuskan mengubah dirinya. Tapi tidak menjadi

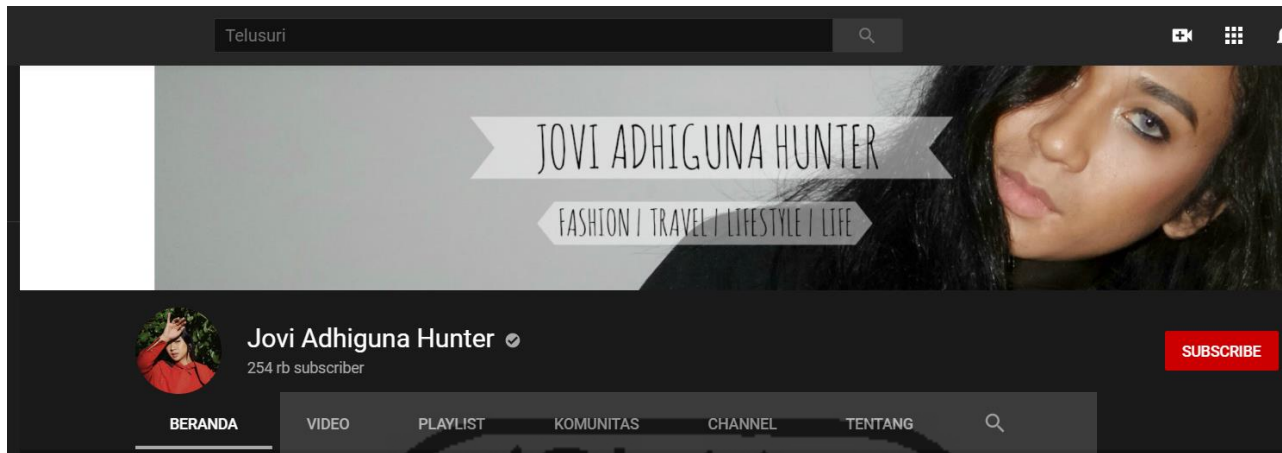
diri sendiri merasa Jovi tidak dijalan tersebut, pada akhirnya Jovi memilih untuk berdamai dalam diri dengan berani menjadi diri dia sendiri.

Selepas lulus Sekolah Menengah Atas (SMA), Jovi bersama ibunya pernah mengunjungi seorang psikiater untuk mencari tahu "siapa sebenarnya dirinya." Hasil dari konsultasi ke psikiater bahwa memang ada seseorang yang kromosom X-nya lebih dominan, atau Y-nya yang lebih dominan. Lalu, Jovi seorang pria tetapi kromosom Y-nya lebih dominan.

Jovi tidak memusingkan tanggapan-tanggapan negatif terkait gaya dia. Lingkungan yang mendukung orang tua dan keluarganya pun dengan menerima diri Jovi apa adanya. "Mungkin karena latar belakang keluargaku nggak hanya dari Indonesia aja kali ya, kita dari berbagai negara, jadi referensi kita dari berbagai negara dan lebih terbuka," ujar Jovi. Niatan Jovi untuk mengubah jenis kelaminnya pun tidak ada, dikarenakan dia terlalu pria jika dirubah menjadi wanita dan cukup menjadi androgini saja dengan menampilkan sisi feminis dan maskulin. Terbukti Jovi mengatakan "Kalau memang dari dulu niatnya seperti itu, aku sudah pasti suntik-suntikan nih, untuk mengecilkan otot-otot ini," ujar Jovi.

Diakui oleh Jovi, walaupun sekarang sudah merasa nyaman dan bahagia dengan dirinya yang sekarang, Jovi mengatakan pasti pernah melewati masa-masa dimana Jovi merasa sakit hati dan merasa *insecure* saat dilirik dan dipelototin orang. Panggilan seperti "banci", "bencong", "gay", "makhluk jadi-jadian" sudah terbiasa terdengar di telinganya. Tapi dibalik itu, bahwa apa yang ia takuti ternyata menjadi kekuatannya.

Nama *Channel YouTube* Jovi ialah Jovi Adhiguna Hunter dengan video pertama "Chubby Bunny Challenge Ft. Lil Sist" bersama adiknya yaitu Sarah Ayu Hunter. Konten yang ada di *YouTube* Jovi ialah video seperti *beauty vlog*, *daily vlog*, *challenge*, dan beberapa konten yang ada. Jovi sudah mengunggah sebanyak 143 video dan memiliki 254K *subscribers* (update Oktober 2019).



Gambar 2.3
Jovi Adhiguna Hunter
 Sumber: [www.youtube](http://www.youtube.com) (Jovi Adhiguna Hunter)

Sering membagikan konten-konten positif di salah satu media sosial nya yaitu *YouTube*, Jovi terpilih sebagai beberapa perwakilan dari Indonesia dalam *YouTube Creators For Change Summit* yang diadakan di London 24 Januari 2018 lalu. *YouTube* meluncurkan *Creators For Change* adalah salah satu program yang diadakan untuk menyebarkan konten video positif dan memberikan edukasi toleransi antar sesama dan untuk memperbanyak edukasi kepada milenial yang menganggap *YouTube* sebagai budaya dan konten persebaran video yang positif. Dari Indonesia Jovi ditemani Gita Devi, Film Maker Muslim, Cameo Project, dan Duo Harbatah termasuk dari beberapa *content creator* di beberapa negara yang mengubah pandangan masalah-masalah sulit dan membuat dampak yang benar-benar positif bagi dunia. Dipilih karena semangat dan dedikasi mereka untuk menciptakan perubahan sosial.



Gambar 2.4
YouTube Creators For Change

Sumber: <https://youtube.googleblog.com/2018/05/meet-2018-creators-for-change-global.html>

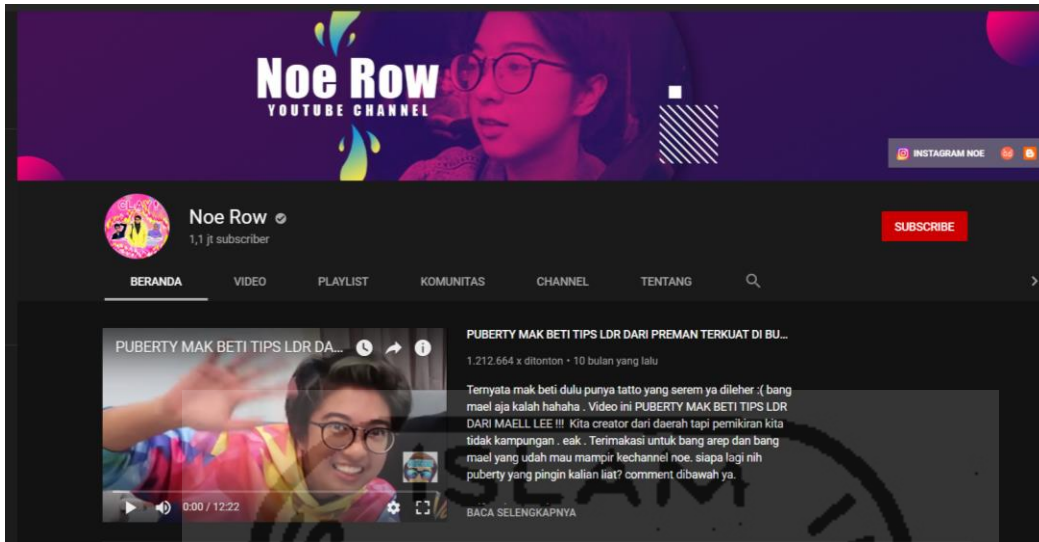
(diakses pada tanggal 28 Oktober 2019)

B. Noe Row

Noe Row adalah seorang YouTubers yang berasal dari Medan. Memiliki nama asli Nur Firza Hairani ia dikenal sebagai *content creator* yang memiliki karya-karya yang unik. Noe Row kerap bergaya seperti layaknya pria dengan rambut pendek, berpakaian casual seperti memakai kemeja, sweater, celana panjang atau celana pendek yang membuat para audiens kebingungan karena mengira Noe seorang pria yang sebenarnya dia adalah seorang wanita. Noe Row lahir di Medan, 25 November 1996 dengan enam bersaudara, mempunyai tiga abang dan dua kakak.

Awalnya, Noe Row melakukan studi kuliah di kampus yang berada di Aceh karena mengikuti kemauan orang tua nya. Satu tahun berkuliah di Aceh Noe Row pun memiliki beberapa prestasi di Kampus nya dan pernah mengadakan Festival yang melibatkan Bupati Aceh pada saat itu. Akan tetapi karena bukan kemauan dari dirinya, Noe Row pun balik ke kampung halamannya yaitu Medan untuk meminta izin pindah kuliah ke Jakarta walaupun ditentang dengan orang tuanya. Orang tua Noe Row pun mulai mengerti apa yang diinginkan Noe Row dengan bersungguh-sungguh dan serius Noe Row pun pindah ke Jakarta untuk melanjutkan dunia pendidikannya di kampus.

Pembuka video di *YouTube* yang khas yaitu “Eh bentar dulu... Sehat kelen kan? Sehat lah jangan sakit-sakit” dan khas logat bicara Medan nya, Noe Row sudah memproduksi 314 video dan memiliki 1,1 juta subscribers. Konten yang ada di *YouTube* Noe Row ialah video *daily vlog*, *fashion*, *lifestyle*, dan *humor & comedy*. Berawal dari kegelisahan dirinya karena merasa dirinya sering dirumah, bermain dengan teman-temannya, dan sering meminta uang kepada orang tua nya, Noe Row berniat mengisi waktu luangnya untuk membuat video dengan membagikannya ke media sosial *YouTube*.

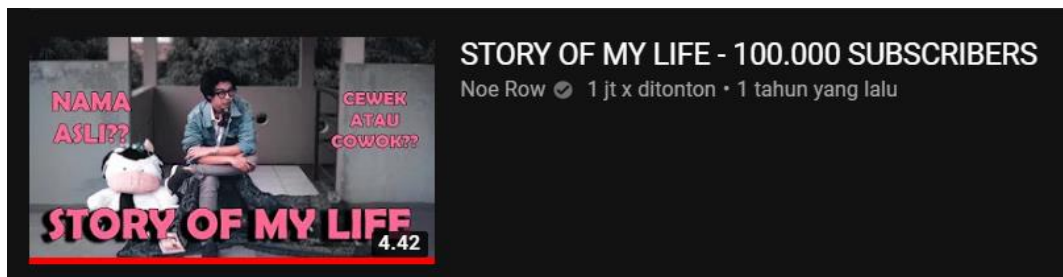


Gambar 2.5

Noe Row

Sumber: [www.youtube](http://www.youtube.com) (Noe Row)

Walaupun sekarang sudah menjadi *Influencer* di *YouTube*, Noe Row mengatakan dia pernah merasa putus asa karena jumlah penontonnya sepi. Muhammad Alfat Ishari abang kelima nya berperan besar dalam perjalanan karir Noe Row di *YouTube*, dengan dukungannya untuk meminta Noe Row serius di dunia *YouTube* dan mengatakan Noe Row akan menjadi orang besar di Jakarta berkat karyanya di *YouTube*. Mimpi-mimpi Noe Row dituliskan ke *sticky note* yang ditempelkan di dekat meja belajar agar ketika melihat Noe Row akan termotivasi dengan mimpinya. Video *reaction* menjadi awal banyaknya penonton di *YouTube*-nya, *views* dan *subscribers* pun mulai meningkat sampai sekarang. Hal ini dijelaskan di *YouTube* Noe Row yang berjudul “STORY OF MY LIFE – 100.000 SUBSCRIBERS”.



Gambar 2.6
Noe Row

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=xh2ps6cYnl4> (diakses pada tanggal 28 Oktober 2019)

C. Unit Analisis



Berikut adalah unit analisis yang akan diteliti adalah *self presentation personality* yang ditunjukkan dalam vlog. Berikut adalah vlog yang akan diteliti:

1. Jovi Adhiguna Hunter

a. **NEW AND IMPROVED #BeautyGuruDoesMyMakeUp || Jovi Hunter ft @Ollenflorence**

Vlog yang diunggah pada 27 April 2019 merupakan video Jovi Adhiguna bersama temannya Ollen sedang melakukan *make up*. Vlog berdurasi 29 menit 06 detik. Hingga saat ini Vlog NEW AND IMPROVED #BeautyGuruDoesMyMakeUp || Jovi Hunter ft @Ollenflorence telah sejumlah 107.044 kali ditonton di Youtube.

Tabel 2.1
Vlog Jovi Adhiguna Hunter 1

Visual / Scene
 <p>Scene 0:20 – 0.58</p>
 <p>Scene 2:05 – 2.25</p>




b. BELANJA TEROOOOOOS - Daily Vlog Ep. 55 || Jovi Hunter

Vlog yang diunggah pada 14 Mei 2019 merupakan video Jovi Adhiguna sedang jalan-jalan di salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Jakarta. Vlog berdurasi 20 menit 26 detik. Hingga saat ini Vlog BELANJA TEROOOOOOS - Daily Vlog Ep. 55 || Jovi Hunter telah sejumlah 214.705 kali ditonton di Youtube.

Tabel 2.2
Vlog Jovi Adhiguna Hunter 2



Visual / Scene
<p style="text-align: center;">Scene 1:28 – 1:36</p>
<p style="text-align: center;">Scene 5:31 – 5:57</p>

Scene 8:47 – 8:52

Scene 8:59 – 9:12

c. VLOG BELANJA YG PALING KALIAN SUKA - Daily Vlog Ep. 53 || Jovi Hunter

Vlog yang diunggah pada 2 Februari 2019 merupakan video Jovi Adhiguna sedang jalan-jalan di salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Jakarta. Vlog berdurasi 23 menit 01 detik. Hingga saat ini Vlog VLOG BELANJA YG PALING KALIAN SUKA - Daily Vlog Ep. 53 || Jovi Hunter telah sejumlah 269.035 kali ditonton kali ditonton di Youtube.

Tabel 2.3
Vlog Jovi Adhiguna Hunter 3

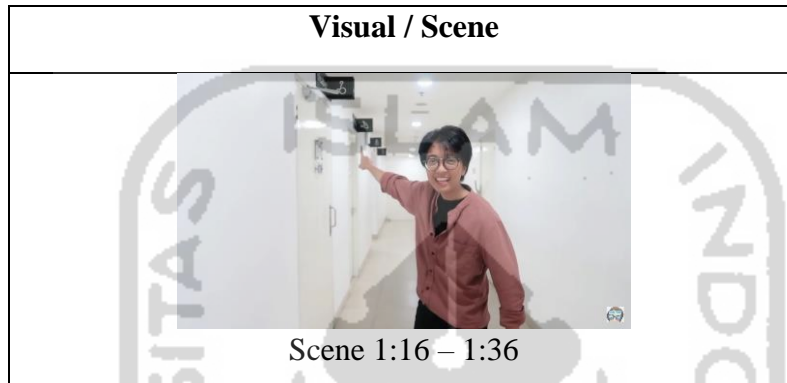
Visual / Scene
 <p style="text-align: center;">Scene 11:13 – 11:46</p>
 <p style="text-align: center;">Scene 13:18 – 13:36</p>

2. Noe Row

a. NOE ROW DAN NONA RONALDOWATI

Vlog yang diunggah pada 28 Mei 2019 merupakan video Noe Row sedang jalan-jalan dan janji bersama temannya di salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Jakarta. Vlog berdurasi 11 menit 57 detik. Hingga saat ini Vlog NOE ROW DAN NONA RONALDOWATI telah sejumlah 2.396.835 kali ditonton di Youtube.

Tabel 2.4
Vlog Noe Row 1



b. SKINCARE ROUTINE BULAN PUASA.. selamat tinggal kulit hitamku.....

Vlog yang diunggah pada 25 Mei 2019 merupakan video Noe Row sedang melakukan rutinitas *skincare* ketika di bulan puasa serta memberikan tips-tips merawat kulit khususnya muka. Vlog berdurasi 15 menit 43 detik. Hingga saat ini Vlog SKINCARE ROUTINE BULAN PUASA.. selamat tinggal kulit hitamku..... telah sejumlah 195.814 kali ditonton di Youtube.

Tabel 2.5
Vlog Noe Row 2





c. DIA SUKA SAYA KARNA GAY... padahal saya perempuan :(

Vlog yang diunggah pada 25 Mei 2019 merupakan video Noe Row sedang melakukan Q&A atau sesi tanya jawab bersama pengikutnya Noe Row. Vlog berdurasi 18 menit 25 detik. Hingga saat ini Vlog DIA SUKA SAYA KARNA GAY... padahal saya perempuan :(telah sejumlah 289.687 kali ditonton di Youtube.


Tabel 2.6
Vlog Noe Row 3

Visual / Scene
<p style="text-align: center;">Scene 3:03 – 3:30</p>

d. APA TANGGAPAN ORANGTUA KITA ??

Vlog yang diunggah pada 18 Februari 2019 merupakan video Noe Row sedang melakukan Q&A atau sesi tanya jawab bersama pengikutnya Noe Row. Vlog berdurasi 14 menit 38 detik. Hingga saat ini Vlog DIA SUKA SAYA KARNA GAY... padahal saya perempuan :(telah sejumlah 923.251 kali ditonton di Youtube.



Tabel 2.7
Vlog Noe Row 4

Visual / Scene
 <p>Scene 5:35 – 5:41</p>

e. KETEMU KELUARGA IDO UNTUK PERTAMA KALINYA 😊!! dag dig dug dor...hatiku 😊

Vlog yang diunggah pada 2 Februari 2019 merupakan video Noe Row sedang pergi bersama pacarnya ke acara ulang tahun saudara pacarnya. Vlog berdurasi 10 menit 16 detik. Hingga saat ini Vlog KETEMU KELUARGA IDO UNTUK PERTAMA KALINYA 😊!! dag dig dug dor...hatiku 😊 telah sejumlah 599.201 kali ditonton di Youtube.

Tabel 2.8
Vlog Noe Row 5

Visual / Scene
 <p>Scene 0:54 – 1:00</p>
 <p>Scene 1:27 – 1:29</p>



Scene 7:09 – 7:15




BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Jovi Adhiguna Hunter

1. NEW AND IMPROVED #BeautyGuruDoesMyMakeUp || Jovi Hunter ft
@Ollenflorence

Tabel 3.1
Scene 0:20 – 0.58

Visual	Dialog atau Suara
 <p>Scene 0:20 – 0.58</p>	Jovi : Jadi aku ngundang-ngundang yang kayak <i>beauty vlogger</i> yang <i>under</i> apresiasi. Jadi banyak banget aku temuin talenta-talenta yang kayak misalnya <i>beauty vlogger</i> yang dewa banyak tapi <i>followers</i> -nya Cuma 15k. Jadi menurutku mereka butuh <i>recognize</i> dan aku tau <i>platform</i> aku tidak sebesar itu tapi <i>at least</i> kita sesama pekerja seni kita saling membantu. Jadi kalian punya rekomendasi <i>beauty vlogger</i> , <i>make up artist</i> , siapapun yang lagi <i>up rising please</i> komen dibawah.
Denotasi	Jovi Adhiguna yang sedang mengenakan <i>blazer</i> hitam dan mengajak temannya membuat video <i>make up</i>
Konotasi	Dari adegan tersebut Jovi Adhiguna memiliki sifat peduli dan membantu dengan mengajak rekannya membuat video <i>make up</i> agar rekannya tersebut terkenal.


Temuan

Beauty Vlog merupakan salah satu konten yang ada di situs *YouTube* dimana konten tersebut berisikan tentang seputar dunia *make up* maupun kecantikan. Konten ini dilakukan oleh Jovi

Adhiguna didalam akun *YouTube* nya. Berbekal ilmu pengetahuan seputar tentang seputar dunia *make up* maupun kecantikan, kegiatan *Beauty Vlog* bermanfaat untuk para *subscriber* di akun *YouTube* Jovi termasuk penonton lainnya.

Scene ini memperlihatkan Jovi Adhiguna yang sedang mengenakan *blazer* hitam yang *stylish* menunjukkan sesuai dengan profesi Jovi Adhiguna yaitu *Fashion Stylist*. Didalam video tersebut denotasi ini Jovi mengajak temannya untuk membuat konten *beauty vlog*. Alasan Jovi mengajak temannya agar teman Jovi dapat lebih eksistensi didunia seni kecantikan. Jovi menganggap *platform* dia bisa dijadikan sebagai sarana untuk membuat teman-teman dapat lebih diapresiasi. Dari ucapan Jovi yang berkata “aku tau *platform* aku tidak sebesar itu tapi *at least* kita sesama pekerja seni kita saling membantu” yang berkonotasi sekecil apapun yang ia punya Jovi tetap berusaha membantu teman-temannya di kalangan pekerja seni. Dari scene ini berkonotasi juga Jovi Adhiguna memiliki sifat peduli dan membantu dengan mengajak rekannya membuat video *make up* agar rekannya tersebut terkenal dan diapresiasi setiap karya seni nya.

Tabel 3.2
Scene 2:05 – 2.25


Visual	Dialog atau Suara
 <p data-bbox="310 1440 542 1472">Scene 2:05 – 2.25</p>	<p data-bbox="673 1119 1458 1423">Jovi : Dan sekarang kita karena dikirimin sama Lakme namanya Nude Slay Nude Make Up Look Slay Everyday To The New Face. Kita bakal buka dalamnya, sebenarnya inu udah dibuka karena sudah dibikinin <i>make up</i> tapi kita (aku) mau liatin satu-satu isinya ada apa aja karena <i>some of with is my favorite</i>.</p>
<p data-bbox="204 1497 318 1528">Denotasi</p>	<p data-bbox="673 1497 1458 1583">Jovi Adhiguna yang sedang mengenakan <i>blazer</i> hitam dan sedang memegang peralatan <i>make up</i> bersama temannya.</p>

Konotasi	Jovi Adhiguna tidak pelit informasi peralatan <i>make up</i> yang ia pakai dengan merekomendasikan secara rinci barang-barang <i>make up</i> yang ia gunakan kepada pengikutnya.
----------	--

Temuan

Scene ini memperlihatkan denotasi Jovi Adhiguna yang sedang mengenakan *blazer* hitam yang *stylish* berkonotasi sesuai dengan profesi Jovi Adhiguna yaitu *Fashion Stylist*. Didalam video tersebut denotasi ini Jovi bersama temannya sedang membuat video tutorial *make up* dan Jovi memegang peralatan *make up* nya. Denotasi ini juga Jovi menunjukkan peralatan *make up* yang biasa ia pakai dan sebagai kesukaan dia. Serta Jovi ditemani oleh temannya yang terlihat gemuk. Ini berkonotasi bahwa Jovi tidak menciptakan standar yang istimewa ketika berteman dengan orang lain. Konotasi ini juga Jovi Adhiguna tidak sungkan memberi informasi peralatan *make up* yang ia pakai dengan merekomendasikan secara rinci barang-barang *make up* yang ia gunakan kepada pengikutnya. Maskulinitas ini terlihat pada Jovi tidak memilih teman.

Tabel 3.3
Scene 8:20 – 8.32

Visual	Dialog atau Suara
 <p data-bbox="300 1570 527 1602">Scene 8:20 – 8.32</p>	<p data-bbox="649 1266 1453 1350">Jovi : Jadi ini tekniknya sama yang aku bikin di “dab-dab” gitu aja. Bagi-bagi ilmu dong mba jangan pelit kuliah di London.</p> <p data-bbox="649 1434 1453 1518">Ollen : Jadi kalau kulitnya sensitif <i>it’s better not like do this *swipe up & down*, but</i> di “dab-dab”.</p>
Denotasi	Jovi Adhiguna sedang di <i>brush</i> di pipi nya.


Konotasi	Jovi Adhiguna menunjukkan cara memakai <i>brush</i> di pipi.
----------	--

Temuan

Pada scene ini memperlihatkan Jovi Adhiguna bersama temannya sedang melakukan tutorial *make up*. Didalam video tersebut denotasi ini Ollen mem-*brush* pipi Jovi serta menunjukkan cara menggunakan *brush* di pipi. Lalu Jovi meminta temannya untuk memberikan ilmu bagaimana menggunakan *brush*. Karena, menurut Jovi setiap pipi memiliki sensitivitas yang berbeda sehingga untuk perlakuannya berbeda-beda ketika menggunakan *brush* di pipi. Ini berkonotasi Jovi Adhiguna tidak sungkan memberikan informasi dengan memberikan ilmu tentang bagaimana menggunakan *brush* disetiap kulit yang berbeda dan mengajarkan temannya untuk berbagi ilmu. Sisi feminitas pada video ini ketika Jovi menggunakan gaya bahasa yang santai dengan ceplasplos.

2. BELANJA TEROOOOOOS - Daily Vlog Ep. 55 || Jovi Hunter

Tabel 3.4
Scene 1:28 – 1:36

Visual	Dialog atau Suara
 <p>Scene 1:28 – 1:36</p>	<p>Jovi : “nama café” ini adalah salah satu menu favorit aku kalian kesini harus coba. Tapi ini babi sih mengandung babi, tapi kalian bisa gak pakai babi. Kalau akukan emang doyan babi nya kan.</p>


Denotasi	Jovi Adhiguna sedang makan di restoran yang ada di <i>mall</i> lalu Jovi Adhiguna memberitahu bahwa makanannya mengandung Babi.
Konotasi	Jovi Adhiguna memberi peringatan jika makanannya mengandung Babi agar pengikutnya yang beragama islam tidak memakan yang ia pesan di mall.

Temuan

Pada scene ini berdenotasi Jovi Adhiguna sedang pergi jalan-jalan bersama teman-temannya di salah satu pusat perbelanjaan yaitu *mall* yang ada di Jakarta. Kegiatan ini berkonotasi Jovi suka *hangout* bersama teman-temannya di *mall*. Didalam video tersebut denotasi ini Jovi memesan makanan kesukaannya di restoran yang ada di *mall* lalu Jovi memberitahu bahwa makanan yang ia pesan mengandung Babi. Hal ini berkonotasi agar penonton Jovi yang tidak boleh memakan makanan mengandung babi untuk tidak memesannya serta bahasa verbal Jovi yang berkata “Tapi ini babi sih mengandung babi, tapi kalian bisa gak pakai babi” yang berkonotasi juga Jovi memberikan alternatif jika tidak ingin memakan mengandung babi. Konotasi ini juga sebagai *public figure*, Jovi tidak ingin membuat para penontonnya salah memakan makanan yang mengandung babi, sehingga Jovi memberi peringatan dan juga menyarankan tidak memesan makanan mengandung babi jika penontonnya ingin memesannya. Sisi maskulinitas ini tergambar Jovi Adhiguna merasa bertanggungjawab atas yang ia perlihatkan didalam *vlog*.

Tabel 3.5
Scene 5:31 – 5:57

Visual	Dialog atau Suara
	Jovi : Dan aku juga mau <i>traveling</i> ini penyelamat kalian kalo <i>traveling</i> perlu banget beli ini, ini udah susah banget Norit. Jadi kalian makan-makanan yang gak cocok ada penyelamatnya.

 <p>Jovi Adhiguna</p> <p>Scene 5:31 – 5:57</p>	<p>Ini Capernan ketinggalan kalo kemana-mana selalu bawa ini. Jadi kalo orang-orang suka membawa Troches kalo aku lebih ampuh pake ini. Jadi kalo tenggorokan mulai gak enak harus coba dibawa.</p>
<p>Denotasi</p>	<p>Jovi Adhiguna menunjukkan obat-obatan yang ia pakai selama <i>traveling</i></p>
<p>Konotasi</p>	<p>Selain menjadi <i>Beauty Vlogger</i>, Jovi Adhiguna juga memberikan rekomendasi ketika <i>Traveling</i> membeli obat yang ia gunakan.</p>


Temuan

Pada scene Jovi Adhiguna pergi ke apotek di salah satu pusat perbelanjaan yaitu *mall* yang ada di Jakarta. Didalam video tersebut denotasi ini Jovi mencari obat-obatan yang dia butuhkan untuk dia pergi *traveling*. Ini berkonotasi Jovi selalu mempersiapkan kebutuhan-kebutuhan salah satunya obat ketika ia ingin *traveling* agar ketika bepergian Jovi sudah siap tanpa kesusahan untuk mencari obat.

Denotasi ini Jovi membeli obat Norit untuk menjaga pencernaannya ketika makanan yang tidak cocok ia makan di luar negeri, Norit menjadi obat penyelamatnya. Lalu Jovi juga membeli obat untuk tenggorokannya ketika sudah mulai tidak enak selagi *traveling*. Ini berkonotasi selain menjadi *Beauty Vlogger*, Jovi Adhiguna merupakan sosok yang tidak sungkan memberi informasi yang memberikan rekomendasi obat-obatan ketika *traveling* yang biasa ia gunakan. Sisi feminitas Jovi ialah mempersiapkan kebutuhan dengan baik sebelum dia bepergian.

Tabel 3.6
Scene 8:47 – 8:52

<p>Visual</p>	<p>Dialog atau Suara</p>
---------------	--------------------------


 <p>Scene 8:47 – 8:52</p>	<p>Jovi : Sepatu ini sih modelnya <i>Vetements</i> modelnya kotor gini dan orang-orang pada ngira ini kotor katanya. Bodo amat hahaha.</p>
<p>Denotasi</p>	<p>Jovi Adhiguna memamerkan sepatu model kotornya.</p>
<p>Konotasi</p>	<p>Sepatu model kotor merupakan <i>trend</i>. Lalu, Jovi Adhiguna tidak mepedulikan tanggapan negatif terhadap dirinya.</p>

Temuan

Pada scene ini berdenotasi Jovi menunjukkan sepatu yang ia pakai dan terlihat seperti sepatu kotor. Konotasi ini ialah sepatu model kotor merupakan *trend* dan banyak yang mengejek sepatu Jovi kotor padahal model sepatu tersebut memang kotor. Jovi Adhiguna tidak mepedulikan tanggapan negatif terhadap dirinya yang berkonotasi Jovi tidak menghabiskan waktunya untuk melayani orang-orang yang mengejeknya. Sisi maskulinitas Jovi terlihat tidak memperdulikan omongan orang disekitarnya.

Tabel 3.7
Scene 8:59 – 9:12

<p>Visual</p>	<p>Dialog atau Suara</p>
----------------------	---------------------------------


 <p style="text-align: center;">Scene 8:59 – 9:12</p>	<p>Jovi : Jadi aku kesini selalu liat bagian sini suka banget baju yang lucu-lucu. Tuhkan tapi mirip sih aku punya jadi kayak “hmmm jangan konsumtif”. Ini juga mirip, lucu sih. Tapi atasannya lucu itu tapi biasa aja kayak cuma <i>turtle neck</i> gitu, engga sih. Jangan konsumtif Jovi.</p>
<p>Denotasi</p>	<p>Jovi Adhiguna sedang berbelanja pakaian yang lucu menurut dia lucu. Tetapi, ia enggan beli dikarenakan sudah ada yang model tersebut</p>
<p>Konotasi</p>	<p>Jovi Adhiguna bersifat tidak konsumtif seperti yang ia bilang di video karena ia sudah mempunyai model pakaian tersebut.</p>

Temuan

Pada scene masih sama dengan scene diatas Jovi Adhiguna pergi ke toko pakaian bersama teman-temannya di salah satu pusat perbelanjaan yaitu *mall* yang ada di Jakarta. Didalam video tersebut denotasi ini Jovi pergi ketempat baju yang lucu-lucu menurut Jovi. Jovi menunjukkan baju-baju yang lucu menurut dia, ini berkonotasi Jovi memiliki selera *stylish* yang lucu-lucu. Tetapi Jovi enggan membelinya dikarenakan dia sudah memiliki baju yang seperti itu seperti bahasa verbal yang ia katakan yaitu “hmmm jangan konsumtif”. Hal ini berkonotasi Jovi Adhiguna bersifat tidak *mubazir* karena ia sudah mempunyai model pakaian tersebut. Sisi maskulinitas dan feminitas Jovi seimbang dari dia menyukai baju yang lucu menurut dia dan sifat tidak menyukai banyak baju yang sama.

3. VLOG BELANJA YG PALING KALIAN SUKA - Daily Vlog Ep. 53 || Jovi Hunter

Tabel 3.8
Scene 11:13 – 11:46


Visual	Dialog atau Suara
 <p style="text-align: center;">11:13 – 11:46</p>	<p>Jovi : Eh tunggu ada mami. Hallo mam, ini masih di Pim mau makanan apa? Oh Jovi masih lama, oh di <i>Grab</i>-in aja. Ohiya Jovi pesanin makanan nanti Jovi <i>Grab</i>-in aja. Okurrrr <i>bye love you</i>.</p>
Denotasi	<p>Jovi Adhiguna sedang menerima telfon dengan nada lembut dari mami nya yang meminta dibelikan makanan. Lalu, Jovi memesan makanan mami nya dan menitipkan lewat <i>Grab</i></p>
Konotasi	<p>Jovi Adhiguna seseorang anak yang menyayangi dan nurut kepada Mami nya.</p>

Temuan

Pada scene ini berdenotasi Jovi Adhiguna sedang berada di salah satu pusat perbelanjaan yaitu *mall* yang ada di Jakarta bersama teman-temannya. Hal ini kembali berkonotasi Jovi suka *hangout* bersama teman-temannya di *mall*. Didalam video tersebut denotasi ini Jovi sedang memesan makanan *dessert* di D'crepes, tiba-tiba Mami Jovi menelfon dia. Jovi berbicara dengan Mami nya dengan nada lembut yang dimana isi percakapan tersebut mami nya Jovi meminta untuk dipesankan makanan. Ini berkonotasi Jovi seorang yang sopan ketika berbicara dengan yang lebih tua contohnya bersama mami nya. Akhirnya pun Jovi memesankan makanan yang Mami Jovi minta. Scene tersebut berkonotasi bahwa Jovi Adhiguna seseorang anak yang menyayangi dan nurut kepada ibunya karena membelikan makanan untuk ibunya, padahal Jovi Adhiguna sedang sibuk

berbelanja dan bermain dengan teman-temannya. Serta memiliki sisi maskulinitas yang dimana anak lelaki lebih dekat kepada seorang ibu.

Tabel 3.9
Scene 13:18 – 13:36

Visual	Dialog atau Suara
 <p data-bbox="212 789 315 806">Jovi Adhiguna</p> <p data-bbox="315 835 578 867">Scene 13:18 – 13:36</p>	<p data-bbox="711 495 1458 688">Jovi: Kasian supir <i>Grab</i>-nya udah nungguin deket Union jadi kita sekarang mau ke Union deh sekalian mau duduk-duduk disana dan mesenin makanan mami dan <i>Grab</i>-in lagi.</p> <p data-bbox="711 716 1458 800">Oh itu supir <i>Grab</i>-nya. Bapak ini ya? Terima kasih ini kembaliannya ambil aja. Terima kasih.</p>
Denotasi	<p data-bbox="711 894 1458 1146">Jovi Adhiguna merasa kasihan dan tidak enak lalu terlihat terburu-buru ditunggu oleh pekerja <i>Grab</i> karena ia menggunakan jasa <i>Delivery</i>. Setelah bertemu Jovi langsung membayarnya dan memberikan kembalian uang yang Jovi berikan</p>
Konotasi	<p data-bbox="711 1167 1458 1314">Walaupun sudah terkenal, Jovi Adhiguna seseorang yang rendah hati dan dermawan membagikan rezeki kepada orang lain.</p>

Temuan


Pada scene ini berdenotasi Jovi Adhiguna beranjak pergi ke restaurant yang masih berada di *mall* bersama teman-temannya. Ini berkonotasi Jovi suka makan di *restaurant* salah satu nya di Mall. Didalam video tersebut denotasi ini Jovi merasa kasihan dan tidak enak lalu terlihat terburu-buru. Ini berkonotasi Jovi tidak mau orang menunggu dia karena Jovi merasa dia bukan siapa-siapa yang harus ditunggu dengan seseorang.

Setelah bertemu denotasi ini Jovi langsung membayarnya dan memberikan kembalian uang yang Jovi berikan. Ini berkontasi Jovi membalas kebaikan dari seseorang contohnya pekerja *Grab* karena sudah menunggu Jovi cukup lama. Serta *scene* ini menandakan Jovi Adhiguna seseorang yang rendah hati dan dermawan dikarenakan merasa tidak enak hati kepada seseorang yang sudah menunggu dia dan membagikan rezeki kepada orang lain contohnya pekerja *Grab*. Sisi feminitas pada *scene* ini tergambar pada Jovi merasa tergesa-gesa dan memberikan rezeki untuk membayar rasa bersalahnya.

B. Noe Row

1. NOE ROW DAN NONA RONALDOWATI

Tabel 3.10
Scene 1:16 – 1:36


Visual	Dialog atau Suara
 <p data-bbox="298 1268 532 1302">Scene 1:16 – 1:36</p>	<p data-bbox="683 942 1219 976">Noe: Eh kita kemana ya. Eh ada mba nya.</p>
<p data-bbox="203 1327 321 1360">Denotasi</p>	<p data-bbox="683 1327 1458 1465">Noe Row bingung karena ia harus ke toilet mana yang dimana dia seorang wanita tetapi seperti pria. Pada akhirnya ia masuk ke toilet wanita</p>
<p data-bbox="203 1604 321 1638">Konotasi</p>	<p data-bbox="683 1604 1458 1688">Noe Row tetap patuh terhadap aturan dengan tidak masuk ke toilet pria walaupun ia bergaya seperti pria.</p>

Temuan

Pada scene ini Noe Row sedang ingin menuju ke toilet yang berada di *mall*. Didalam video tersebut denotasi ini Noe Row merasa kebingungan karena terlihat dari pakaiannya Noe Row menggunakan pakaian layaknya seperti pria yaitu terlihat baju kemeja dengan kancing atas dilepas serta kaos polos berwarna hitam dan celana panjang dipakai Noe Row. Pada akhirnya Noe Row masuk ke dalam toilet wanita. Ini berkonotasi Noe Row tetap patuh terhadap aturan dengan tidak masuk ke toilet pria walaupun ia bergaya maskulinitas.

2. SKINCARE ROUTINE BULAN PUASA.. selamat tinggal kulit hitamku.....


Tabel 3.11
Scene 0:23 – 15:40

Visual	Dialog atau Suara
 <p>Scene 0:23 – 15:40</p>	Noe : Ini <i>skincare routine</i> Noe gitu loh...
Denotasi	Noe Row sedang berada di kamar mandi untuk melakukan perawatan kulit yang biasa ia lakukan.
Konotasi	Noe Row memberikan tips perawatan kulit rutin yang biasa ia lakukan dengan memberikan beberapa tahap yang ia pakai sehari-harinya. Lalu, Noe Row rajin menjaga wajahnya dengan memberikan tips perawatan kulit rutin yang biasa ia lakukan sehari-harinya.

Temuan

Pada scene ini berdenotasi Noe Row sedang berada di toilet rumahnya berkonotasi Noe Row sedang santai dan tidak sibuk dengan kegiatan diluar rumah. Didalam video tersebut denotasi ini Noe Row sedang melaksanakan rutinitas perawatan kulit wajah yang biasa ia lakukan. Ini berkonotasi Noe Row menjaga kulit wajahnya agar tetap bersih dan sehat. Denotasi ini juga Noe Row memberikan tips dan trik perawatan kulit wajahnya dan memberikan tahapan-tahapan yang biasa ia lakukan sehari-harinya. Hal ini juga berkonotasi Noe Row tidak sungkan memberi informasi bagaimana ia menjaga kulit wajahnya. Sisi feminitas ini tergambar pada Noe Row menjaga wajahnya agar tetap bersih dan sehat.

Tabel 3.12
Scene 3:03 – 3:16

Visual	Dialog atau Suara
 <p data-bbox="300 1140 527 1171">Scene 3:03 – 3:16</p>	<p data-bbox="670 825 1458 961">Noe: Jadi banyak yang bilang cewek tomboy tu kayak laki-laki ya gak semua. Orang bilang kan aku kayak laki-laki banget, macho banget, padahal enggak.</p>
<p data-bbox="203 1199 316 1230">Denotasi</p>	<p data-bbox="670 1199 1404 1230">Noe Row sedang membersihkan wajahnya dengan <i>tissue</i>.</p>
<p data-bbox="203 1432 316 1463">Konotasi</p>	<p data-bbox="670 1432 1458 1625">Walaupun Noe Row perempuan tomboy, dia tetap menjaga wajahnya seperti wanita lain. Lalu Noe Row rajin menjaga wajahnya walaupun banyak yang mengira jika perempuan tomboy tidak harus menjaga wajahnya.</p>


Temuan

Pada scene ini berdenotasi Noe Row sedang berada di kamarnya. Ini berkonotasi jika Noe Row biasa melakukan perawatan kulit wajahnya dirumah. Didalam video tersebut denotasi ini Noe Row

sedang melaksanakan rutinitas untuk menjaga kulit wajahnya dengan membersihkan wajahnya dengan *tissue*. Konotasi ini walaupun Noe Row seorang perempuan tomboy dan banyak yang mengatakan perempuan tomboy tidak merawat diri, dia tetap femininitas dengan menjaga wajahnya seperti wanita lainnya.

3. DIA SUKA SAYA KARNA GAY... padahal saya perempuan :(

Tabel 3.13
Scene 3:03 – 3:30

Visual	Dialog atau Suara
 <p data-bbox="305 1039 537 1071">Scene 3:03 – 3:30</p>	<p data-bbox="667 724 1458 756">Noe : Kenapa anda bilang saya gay? Kenapa anda bilang gay?</p> <p data-bbox="667 779 1089 810">Teman Noe : namanya gatau kali</p> <p data-bbox="667 833 1458 865">Noe : Noe udah sering banget di komen video dan dimanapun</p> <p data-bbox="667 888 1458 972">Noe itu cewek, bener-bener cewek. Noe buka ya? (Noe pura-pura buka baju)</p> <p data-bbox="667 995 1019 1026">Teman Noe : Eh jangan lah</p>
Denotasi	<p data-bbox="667 1152 1458 1291">Noe Row sedang berada dikamarnya melakukan <i>Q&A</i> dan diberi komentar dari netizen yang mengatakan dia adalah seorang Gay.</p>
Konotasi	<p data-bbox="667 1383 1458 1522">Walaupun Noe Row seperti laki-laki dan dikira seorang Gay, dia masih tidak bosan untuk memberitahukan bahwa dia adalah seorang perempuan.</p>


Temuan

Pada scene ini berdenotasi Noe Row sedang melakukan *Q&A* berada di kamarnya bersama temannya seorang perempuan sambil makan. Hal ini berkonotasi Noe Row sedang santai bersama

temannya sambil memakan sereal dan juga berkonotasi Noe Row tetap berteman dengan perempuan walaupun dia seperti laki-laki. Didalam video tersebut denotasi ini Noe Row diberi komentar dari pengikutnya yang mengatakan Noe Row adalah seorang gay. Lalu, ia menjelaskan dia adalah seorang perempuan sambil ingin membuktikan membuka bajunya dengan ekspresi bercanda. Ini berkonotasi Noe Row seseorang yang santai menanggapi komentar negatif, tidak mengambil serius suatu masalah. Membaca komentar tersebut Noe Row tidak bosan-bosan untuk memberitahukan bahwa dia adalah seorang perempuan, bukan seorang laki-laki. Sisi feminitas ini tergambar dari sabarnya seorang Noe Row.

4. APA TANGGAPAN ORANGTUA KITA ??

Tabel 3.14
Scene 5:35 – 5:41


Visual	Dialog atau Suara
 <p data-bbox="298 1199 529 1230">Scene 5:35 – 5:41</p>	<p data-bbox="699 884 1458 968">Noe : “Bang Ido, aslinya Noe mentel kali yak? Wkwk” (sesi <i>q&a</i>)</p> <p data-bbox="699 993 1057 1024">Ido : Gak mentel tapi manja</p> <p data-bbox="699 1050 886 1081">Noe : gak juga</p> <p data-bbox="699 1106 849 1138">Ido : Manja</p>
Denotasi	Noe Row sedang berada di mobil bersama pacarnya melakukan <i>Q&A</i> . Didalam sesi <i>Q&A</i> , Noe Row diberi pertanyaan dengan netizen yaitu “Bang Ido, Aslinya Noe Mentel kali yak? wkwk” lalu dijawab Noe Row merupakan perempuan yang manja menurut pacarnya
Konotasi	Walaupun Noe Row seperti laki-laki tetapi dia masih memiliki jiwa perempuan yang manja.

Temuan

Pada scene ini berdenotasi Noe Row sedang melakukan *Q&A* berada di mobil bersama pacarnya. Ini berkonotasi Noe Row sedang bepergian dengan pacarnya. Didalam video tersebut denotasi ini Noe Row diberi pertanyaan dari pengikutnya untuk pacarnya Noe Row yang pertanyaan tersebut ialah “Bang Ido , Aslinya Noe Mentel kali yak? wkwk”. Jawaban dari pacarnya Noe Row mengatakan jika Noe Row seorang pacar yang manja. Ini berkonotasi sisi feminitas walaupun bergaya maskulinitas, Noe Row tetap memiliki perasaan yang manja seperti wanita lainnya.

5. KETEMU KELUARGA IDO UNTUK PERTAMA KALINYA 😊!! dag dig dug dor...hatiku 😊

Tabel 3.15
Scene 0:54 – 1:00

Visual	Dialog atau Suara (Tidak ada dialog)
 <p>Scene 0:54 – 1:00</p>	
Denotasi	Noe Row sedang didalam mobil bersama pacarnya dan Noe Row memegang rambut pacarnya sambil tersenyum manis.
Konotasi	Noe Row merupakan kekasih yang romantis dengan pasangannya.

Temuan

Pada scene ini berdenotasi Noe Row sedang berada di mobil bersama pacarnya. Kembali seperti diatas, ini berkonotasi Noe Row sedang bepergian bersama pacarnya. Didalam video tersebut denotasi ini Noe Row sedang iseng memegang-megang rambut pacarnya sambil tersenyum manis. Senyuman manis berkonotasi sisi feminitas Noe Row menyukai melakukan hal itu dan juga dari scene ini berkonotasi juga Noe Row adalah pasangan yang romantis kepada pacarnya dengan melakukan adegan-adegan yang manis.

Tabel 3.16
Scene 1:27 – 1:29


Visual	Dialog atau Suara
 <p data-bbox="329 1098 558 1129">Scene 1:27 – 1:29</p>	(Tidak ada dialog)
Denotasi	Noe Row sedang didalam mobil bersama pacarnya dan Noe Row tertawa sambil menutup mulutnya
Konotasi	Noe Row seorang pemalu dengan menutup mulut ketika sedang tertawa menggambarkan seperti wanita yang menjaga keanggunannya.

Temuan

Pada scene ini berdenotasi Noe Row masih sedang berada di mobil bersama pacarnya dan masih berkonotasi Noe Row sedang bepergian bersama pacarnya. Didalam video tersebut denotasi ini

Noe Row dibuat tertawa oleh pacarnya dan dia bereaksi dengan menutup mulutnya. Ini berkonotasi sisi feminitas Noe Row berbahagia dengan pacarnya dan juga dari scene ini berkonotasi sisi feminitas Noe Row menjaga keanggunannya didepan pacarnya dengan menutup mulutnya ketika tertawa.

Tabel 3.17
Scene 7:09 – 7:15

Visual	Dialog atau Suara
 <p data-bbox="300 934 527 966">Scene 7:09 – 7:15</p>	<p data-bbox="950 604 1209 636">(Tidak ada dialog)</p>
<p data-bbox="203 1052 316 1083">Denotasi</p>	<p data-bbox="698 1052 1453 1136">Pipi Noe Row dibersihkan memakai <i>tissue</i> dengan pacarnya.</p>
<p data-bbox="203 1283 316 1314">Konotasi</p>	<p data-bbox="698 1283 1453 1423">Noe Row sedang merasakan malu dan ia tersenyum-senyum dikarenakan diperlakukan romantis dengan pipi dia dibersihkan dengan pacarnya memakai <i>tissue</i></p>

Temuan

Pada scene ini Noe Row sedang berada di pesta ulang tahun adik dari pacarnya. Ini berkonotasi pacarnya mengajak Noe Row untuk bersenang-senang merayakan pesta ulang tahun adiknya. Didalam video tersebut denotasi ini Noe Row dibikin tersipu malu oleh pacarnya karena pacarnya membersihkan pipi Noe Row memakai *tissue*. Hal ini berkonotasi pacar Noe Row ingin melihat

Noe Row tetap bersih. Atas perlakuan pacarnya, Noe Row merasa malu-malu ini juga berkonotasi sisi feminitas Noe Row salah tingkah jika diperlakukan hal romantis.

C. Pembahasan

Tujuan utama dari menganalisis beberapa *vlog* yang dibagikan oleh Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row di akun *Youtube*-nya ialah untuk mengetahui *self presentation* yang dilakukan oleh Jovi Adhiguna Hunter dan Neo Row sebagai *content creator*. Dalam penelitian ini, peneliti harus menemukan tanda-tanda yang ada di beberapa *vlog* mereka yang terkait dengan mitos ataupun makna ideologi tertentu. Keadaan makna dalam semiotika menyebabkan sebuah tanda dapat dimaknai beragam-ragam. Setiap tanda dalam bahasa Barthes, berpotensi multitafsir. Hal ini disebabkan oleh sifat ambigu dari penanda dan kemungkinan yang diberikan oleh penanda tersebut untuk di jelaskan. Oleh karena itu, tidak ada prosedur teknis baku dalam kajian semiotika.

Self Presentation atau dapat disebut juga presentasi diri bertujuan untuk menggambarkan karakteristik ataupun *personality* diri kita. Ini diciptakan agar citra diri kita dapat diketahui oleh lingkungan sekitarnya. Presentasi diri seseorang yang biasa digambarkan dalam kegiatan, pola tingkah laku, minat, pendirian, kemampuan, dan potensi. Presentasi diri dikemas untuk menggambarkan citra diri dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Presentasi diri menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di lingkungannya. Dalam hal ini, presentasi diri bisa disampaikan dengan diri sejati kita, diri ideal kita yang diartikan apa yang kita cita-citakan, dan apa yang diharapkan dan diinginkan orang lain (Baumeister, 1982; Koziellecki, 1984; Swann, 1987 dikutip dalam Delamater dan Myers, 2007:89).

Presentasi diri memiliki media yang disampaikan untuk menggambarkan citra diri nya. Media ini berupa *setting* atau panggung untuk menampilkan diri seseorang. Seluruh citra diri seseorang dikemas melalui pesan-pesan yang ia ciptakan bisa berupa melalui pesan verbal, tingkah laku, dan lain-lain yang dimana dapat membentuk persepsi seseorang. Lalu pesan verbal maupun tingkah laku serta lainnya yaitu *manner* atau cara dapat menimbulkan kesan tertentu dari presentasi diri yang ia tampilkan (Menurut Erving Goffman dalam Rakhmat, 2012:95).

Dari kesan tertentu tersebut menimbulkan makna yang dapat nilai rasa pada seseorang ketika berhadapan dengan sebuah kata. Menurut Barthes pada saat media membagi pesan, maka pesan-pesan yang berdimensi konotatif itulah yang menciptakan mitos. Dalam Wibowo (2013:22)

“Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Mitos primitif, misalnya mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai femininitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan kesuksesan. Mitos adalah suatu wahana dimana suatu ideologi berwujud. Mitos dapat berangkai menjadi Mitologi yang memainkan peranan penting dalam kesatuan-kesatuan budaya”.

Seperti penjelasan Barthes yang mengatakan mitos tidaklah dapat digambarkan melalui objek pesannya, melainkan melalui cara pesan tersebut disampaikan maka ditemukan beberapa mitos dalam *vlog* Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row.

Mitos yang ada pada Jovi Adhiguna dan Noe Row dengan bergaya androgini memberikan respon yang positif kepada khalayak. Jovi Adhiguna dengan prestasi dia didunia *fashion stylist* serta menyebarkan konten video positif dan memberikan edukasi toleransi antar sesama dan untuk memperbanyak edukasi kepada milenial yang menganggap *YouTube* sebagai budaya dan konten persebaran video yang positif dan Noe Row dengan memiliki 1,1 juta *subscribers* dengan konten-konten positif dan menghibur. Dengan *vlog* yang mereka bagikan di *channel YouTube* mereka menunjukkan kepada khalayak citra diri mereka dengan menyebarkan hal-hal positif yang bisa dicontoh. Saat ini kita sedang berada di era media baru dimana orang-orang memilih melakukan interaksi dengan sesamanya melalui media elektronik, salah satu media yang banyak digunakan khalayak untuk berinteraksi dengan sesamanya adalah media sosial. Jovi Adhiguna dan Noe Row menggunakan media sosial khususnya *YouTube* sebagai jembatan interaksi antara mereka dengan para penontonnya. Media sosial banyak digunakan untuk berinteraksi dengan sesamanya karena memiliki banyak kemudahan dan dapat dijangkau secara luas. Tak hanya itu, media baru yaitu termasuk media sosial diibaratkan seperti layaknya manusia yang dapat diajak berinteraksi (Reeves dan Nass, 1996 dikutip dalam Nurudin, 2007).

Pada beberapa *vlog* tersebut, tergambar bagaimana *self presentation* yang dilakukan oleh Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row melalui tanda-tanda yang dibaca oleh peneliti. Dari penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menemukan beberapa temuan. Setelah temuan tersebut ditemukan peneliti menganalisis temuan dari hasil analisis yang sudah dipilih, yaitu:

1. Menghabiskan waktu bersama orang terdekat

Jovi Adhiguna dan Noe Row di kesehariannya yang biasa dilakukan oleh mereka ialah menghabiskan waktu bersama orang terdekatnya yaitu bersama teman dan pacarnya. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan mereka untuk menghabiskan waktunya dengan berkualitas agar mengeratkan hubungan pertemanan dan pasangannya dengan mengunjungi *mall*, membuat *vlog make up*, melakukan aktivitas *Q&A*, dan pergi ke acara.

Ini tergambar didalam *vlog* Jovi Adhiguna yang berjudul “NEW AND IMPROVED #BeautyGuruDoesMyMakeUp || Jovi Hunter ft @Ollenflorenc”, “BELANJA TEROOOOOOS - Daily Vlog Ep. 55 || Jovi Hunter”, dan “VLOG BELANJA YG PALING KALIAN SUKA - Daily Vlog Ep. 53 || Jovi Hunter”. Lalu untuk Noe Row tergambar didalam *vlog* yang berjudul “NOE ROW DAN NONA RONALDOWATI”, “DIA SUKA SAYA KARNA GAY... padahal saya perempuan :(”, “APA TANGGAPAN ORANGTUA KITA ???”, dan “KETEMU KELUARGA IDO UNTUK PERTAMA KALINYA 😊!! dag dig dug dor...hatiku 😊”.

2. Tidak sungkan memberi informasi

Jovi Adhiguna dan Noe Row tak jarang untuk memberikan informasi yang biasa mereka lakukan di kesehariannya. Hal ini agar memberikan edukasi kepada para *subscriber* mereka yang bermakna bagi penerima dan memiliki nilai sebuah pengetahuan yang bermanfaat. Isi informasi tersebut dikemas didalam *vlog* mereka bagikan, dari tentang dunia kecantikan, merawat wajah, dan kesehatan.

Ini tergambar didalam *vlog* Jovi Adhiguna “NEW AND IMPROVED #BeautyGuruDoesMyMakeUp || Jovi Hunter ft @Ollenflorenc” (*scene* 2:00 – 2:25 dan *scene* 8:20 – 8:32), “BELANJA TEROOOOOOS - Daily Vlog Ep. 55 || Jovi Hunter” (*scene* 1:28 – 1:36 dan *scene* 5:31 – 5:57). Lalu untuk Noe Row tergambar didalam *vlog* yang berjudul “SKINCARE ROUTINE BULAN PUASA.. selamat tinggal kulit hitamku.....” (*scene* 0:23 – 15:40).

3. Gaya bahasa yang sopan dan santai

Disetiap *vlog*-nya mereka menggunakan komunikasi yang informal agar tercipta hubungan komunikasi yang lebih santai dan luwes serta tidak jarang juga mereka menggunakan gaya bahasa yang sopan dan lembut. Jovi Adhiguna dan Noe Row menggunakan bahasa yang santai dan luwes agar tercipta perasaan keakraban yang ditampilkannya di *channel YouTube* mereka menggunakan gaya bahasa yang santai dengan gaya ceplas ceplos bersama temannya dan menggunakan nada

yang bercanda dan santai menanggapi komentar dari *subscriber*-nya di *YouTube*, . Lalu menggunakan gaya bahasa yang sopan dan lembut agar tercipta tutur kata yang baik.

Ini tergambar dalam *vlog* Jovi Adhiguna yang berjudul berjudul “NEW AND IMPROVED #BeautyGuruDoesMyMakeUp || Jovi Hunter ft @Ollenflorence” (*scene* 8:20 – 8:32), “VLOG BELANJA YG PALING KALIAN SUKA - Daily Vlog Ep. 53 || Jovi Hunter” (*scene* 11:13 – 11:46) dan Noe Row tergambar dalam *vlog* yang berjudul “DIA SUKA SAYA KARNA GAY... padahal saya perempuan :(“ (*scene* 3:03 – 3:30).

4. Tindakan

Jovi Adhiguna dan Noe Row berusaha untuk menyebarkan hal-hal positif yang bermanfaat untuk dapat diambil oleh para penontonnya, serta mereka bisa membawa kesan seperti menyebarkan suatu pengaruh positif kepada para penontonnya dengan kepribadian yang mereka presentasikan dengan memberikan contoh positif, mengemas androgini lebih baik atas tindakan dan sifat mereka.

Ini tergambar dalam *vlog* Jovi Adhiguna yang berjudul “NEW AND IMPROVED #BeautyGuruDoesMyMakeUp || Jovi Hunter ft @Ollenflorence” (*scene* 0:20 – 0:58) didalam *vlog* tersebut Jovi mengajak temannya untuk membuat konten *beauty vlog* dengan alasan Jovi mengajak temannya agar teman Jovi dapat lebih eksistensi didunia seni kecantikan yang menandakan Jovi memiliki sifat peduli dan membantu dengan mengajak rekannya membuat video *make up* agar rekannya tersebut terkenal, “BELANJA TEROOOOOS - Daily Vlog Ep. 55 || Jovi Hunter” (*scene* 8:47 – 8:52 dan *scene* 8:59 – 9:12) didalam *vlog* Jovi tidak menghabiskan waktunya untuk memikirkan komentar negatif dengan menghiraukan perkataan tersebut dan tidak konsumtif, “VLOG BELANJA YG PALING KALIAN SUKA - Daily Vlog Ep. 53 || Jovi Hunter” (*scene* 11:13 – 11:46 dan *scene* 13:18 – 13:36) didalam *vlog* tersebut Jovi penyayang dan menurut kepada orang tua dan Jovi memiliki sifat dermawan.

Lalu untuk Noe Row tergambar dalam *vlog* yang berjudul “NOE ROW DAN NONA RONALDOWATI” (*scene* 1:16 – 1:36) yang tergambar Noe Row seseorang yang patuh terhadap aturan, “SKINCARE ROUTINE BULAN PUASA.. selamat tinggal kulit hitamku.....” (*scene* 3:03 – 3:16) yang tergambar Noe Row walaupun sebagai perempuan tomboy, Noe Row juga merawat kulit wajahnya seperti perempuan lainnya, “APA TANGGAPAN ORANGTUA KITA ???” (*scene*

5:35 – 5:41) yang tergambar walaupun bergaya seperti laki-laki, Noe Row tetap memiliki perasaan yang manja seperti wanita lainnya, “KETEMU KELUARGA IDO UNTUK PERTAMA KALINYA 😊!! dag dig dug dor...hatiku 😊” (*scene* 0:54 – 1:00, *scene* 1:27 – 1:29 dan *scene* 7:09 – 7:15) yang tergambar Noe Row Noe Row senang melakukan hal-hal kecil yang ia sukai bersama pacarnya dan melakukan hal-hal romantis, menjaga keanggunannya dengan tidak ingin menunjukkan kebaruan mulutnya ketika tertawa didepan pacarnya, dan salah tingkah jika diperlakukan hal romantis.

Vlog dari Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row menunjukkan bahwa kedua *content creator* tersebut mengkomunikasikan citra diri mereka. Fungsi dari komunikasi dalam komunikasi di sisi sosial ialah untuk membangun konsep diri kita ataupun citra diri kita, memperoleh kebahagiaan, menumbuhkan hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2010:5-6). Jovi adhiguna dan Noe Row mempresentasikan diri mereka mengkomunikasikan dengan memanfaatkan media sosial khususnya *YouTube* mereka untuk mempresentasikan diri mereka. Media sosial menyediakan bagi para penggunanya untuk mengemas pesan yang diinginkan dan secara selektif memberikan informasi tentang diri mereka sebagai tanggapan terhadap orang lain untuk umpan balik (Goffman, 1959 dikutip dalam Alassiri, Muda, Ghazali, 2014).

Self presentation atau presentasi diri dapat dijadikan jendela dari kepribadian masing-masing individu. Dengan kebebasan dan secara selektif untuk mempresentasikan diri mereka, Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row mengemas androgini dengan cara yang baik. Hal ini dapat tergambar identitas androgini yang masih cukup awam bagi masyarakat namun sengaja ingin dari mereka tampilkan di *channel YouTube* mereka dihadapan seluruh penontonnya dan juga melakukan persiapan yang baik dari cara mereka beraktivitas dan menghabiskan waktunya, menentukan pilihan konsumsi dan caranya berinteraksi dengan lingkungannya yang ditunjukkan dalam menghabiskan waktu bersama orang terdekat, tidak sungkan memberi informasi, gaya bahasa yang sopan dan santai, dan tindakan khususnya berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan kepribadiannya.

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis terhadap *vlog* Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row maka dapat disimpulkan bahwa Jovi Adhiguna merupakan sosok yang terlahir sebagai laki-laki tetapi berpenampilan yang berbeda dan Noe Row sosok yang terlahir sebagai perempuan tetapi berpenampilan yang berbeda juga yang masih awam di Indonesia dengan bergaya androgini. Namun, Jovi Adhiguna dan Noe Row mempresentasikan dirinya didalam *vlog* mereka dengan menghabiskan waktu bersama orang terdekatnya, memberikan informasi-informasi yang bermanfaat, gaya bahasa yang sopan dan santai, serta tindakan-tindakan mereka kearah yang positif dengan menunjukkan konten-konten *vlog* yang menghibur dan bermanfaat. Mereka menggambarkan nilai seseorang bukan hanya dari luarnya saja yaitu penampilan, tetapi pemikiran dan tingkah laku dari dalam diri mereka lebih bernilai agar menuntun mereka ke arah hal yang baik atau positif.

Dari *vlog* kedua *content creator* tersebut menunjukkan bagaimana mereka memanfaatkan media sosial khususnya *YouTube* untuk mempresentasikan diri mereka. Mereka mempresentasikan dirinya dengan mengkomunikasikan citra diri mereka sesuai keinginan mereka dan secara selektif memberikan informasi tentang diri mereka. Agar, para penonton mereka di *YouTube* bisa mengambil nilai-nilai yang positif dan bermanfaat yang mereka presentasikan di *channel YouTube* mereka.

Perbedaan cara *self presentation personality* dari Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row dilihat dari teori menurut Baumeister, 1982; Kozirolecki, 1984; Swann, 1987 (dikutip dalam Delamater dan Myers, 2007:89-90) yang didapat dari hasil temuan ialah Noe Row mempresentasikan dirinya dengan cara presentasi diri yang otentik (diri sejati kita) dan Jovi Adhiguna Hunter dengan cara presentasi diri yang ideal (diri ideal kita). Noe Row masih menunjukkan sisi feminitas dia sesuai dengan jati diri dia, sedangkan Jovi Adhiguna Hunter dari hasil temuan peneliti sedikit untuk menunjukkan sisi maskulinitas dia.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini ialah kurang dalamnya analisis data secara detail dan menyeluruh dikarenakan kurangnya studi kepustakaan ataupun studi literatur yang mendukung penelitian serta kurangnya pengetahuan peneliti tentang dunia kecantikan ataupun *make up*. Lalu keterbatasan data biografi dari Noe Row yang masih kurang dari sumber internet.

C. Saran

Setelah melakukan proses penelitian ini, beberapa saran yang ingin diberikan peneliti yaitu:

1. Saran Penelitian

Penelitian selanjutnya disarankan untuk bisa membahas *content creator* yang dapat ditemukan di beberapa media sosial lainnya contohnya seperti *Twitter* yang mulai populer kembali. Lalu lebih mencari dan membaca studi kepustakaan serta sumber literatur yang mendukung. Sehingga, untuk menganalisis dan membahas data yang ditemukan dapat lebih dalam dan detail.

2. Saran dalam Kaitan Akademis

Peneliti berharap perlu adanya mata kuliah khusus yang berfokus tentang analisis semiotika beserta teori-teorinya, agar para peneliti selanjutnya lebih paham dan memiliki wawasan yang dalam tentang analisis semiotika ini.

3. Saran Praktis

Peneliti berharap para khalayak khususnya yang menggunakan media sosial dapat paham dan mengerti pesan-pesan yang disampaikan oleh para pengguna media sosial lainnya, karena dibalik pesan yang disampaikan terdapat banyak tanda atau makna yang tidak dapat kita lihat. Sehingga, para khalayak tidak secara langsung menilai yang terlihat dari pesan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Jess, Feist., & Gregory, J. Feist. (2010). *Teori kepribadian*. Terjemahan oleh Handriatno. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maltz, Maxwell. (1997). *Kekuatan ajaib psikologi citra diri*. Terjemahan oleh Anton Adiwiyoto. Jakarta: Mitra Utama.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sunarto, dkk. (2011). *Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Wibowo, Indiwana, S., W. (2013) *SEMIOTIKA KOMUNIKASI Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi (2nd ed.)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Delamater, John D., Myers, Daniel J. (2007). *Social Psychology*. Wadsworth: Cengage Learning. Diambil dari <https://dl.epdf.tips/download/social-psychology-7th-edition.html?hash=f9496cfda6e08bf927bef53058fcc544&captcha=888e938fa1002890d038296d9224b30a>
- Trabaut, Jürgen (1996). *Dasar-dasar Semiotika* (Dra. Sally Pattinasarany, Terj.). Diambil dari <http://repositori.kemdikbud.go.id/2486/1/Dasar-Dasar%20Semiotik.pdf>

JURNAL DAN SKRIPSI

- Chandra, Edi. (2017). *YouTube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*. 1(2): 407.
- Hanika, Ita Musfirowati. (2016). *Self Presentation dalam Kehidupan Virtual*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1).
- Yusti Amelia Sundawa dan Wulan Trigartanti. (2018). *Fenomena Content Creator di Era Digital*. *Hubungan Masyarakat*, 4(2).
- Andiani, Monita Sheila. (2017). *Media Baru dan Online Self Presentation (Studi Kualitatif Selective Self-Presentation melalui Pendekatan Hyperpersonal terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta. Diambil dari <http://eprints.ums.ac.id/49389/5/JURNAL%20ILMIAH.pdf>

- Alassiri, Abdullah Ali., Muda, Mariah Binti., & Ghazali, Rahmat Bin. (2014). Strategic Self Presentation on Social Networking Sites. *New Media and Mass Communication*, 32, 46. Diambil dari <https://pdfs.semanticscholar.org/725b/496439da00116aeca9da2968b5eeac162b1c.pdf>
- Astiani, Meidina Catur. (2017). *Instagram* sebagai Alat Presentasi Diri Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Filter Foto dalam *Instagram* pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta). Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta. Diambil dari http://digilib.uin-suka.ac.id/28521/1/12730034_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf
- Hasfi, Nurul. (2011). Analisis Framing Pemberitaan Malinda Dee di detik.com, Majalah Tempo, dan Metro TV. Diambil dari <http://eprints.undip.ac.id/33338>
- Yunita, Yosa. (2018). Hubungan Penggunaan *Instagram* dengan *Self-Presentation* Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang). Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta. Diambil dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/42712>

INTERNET

- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2018). "Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia" <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaianmedsos-orang-indonesia>
- <https://www.youtube.com> (Jovi Adhiguna Hunter dan Noe Row)
- <https://woop.id/work/interview-jovi-adhiguna-jwyzwmmq/full>
- <https://youtube.googleblog.com/2018/05/meet-2018-creators-for-change-global.html>
- <https://instagram.com/joviadhiguna>
- <https://instagram.com/noerow>

LAMPIRAN

Jovi Adhiguna Hunter



Noe Row



NEW AND IMPROVED #BeautyGuruDoesMyMakeUp || Jovi Hunter ft @Ollenflorence



BELANJA TEROOOOOOS - Daily Vlog Ep. 55 || Jovi Hunter



VLOG BELANJA YG PALING KALIAN SUKA - Daily Vlog Ep. 53 || Jovi Hunter



NOE ROW DAN NONA RONALDOWATI



SKINCARE ROUTINE BULAN PUASA.. selamat tinggal kulit hitamku....



DIA SUKA SAYA KARNA GAY... padahal saya perempuan :(



APA TANGGAPAN ORANGTUA KITA ??



KETEMU KELUARGA IDO UNTUK PERTAMA KALINYA 😍!! dag dig dug
dor...hatiku 😊

