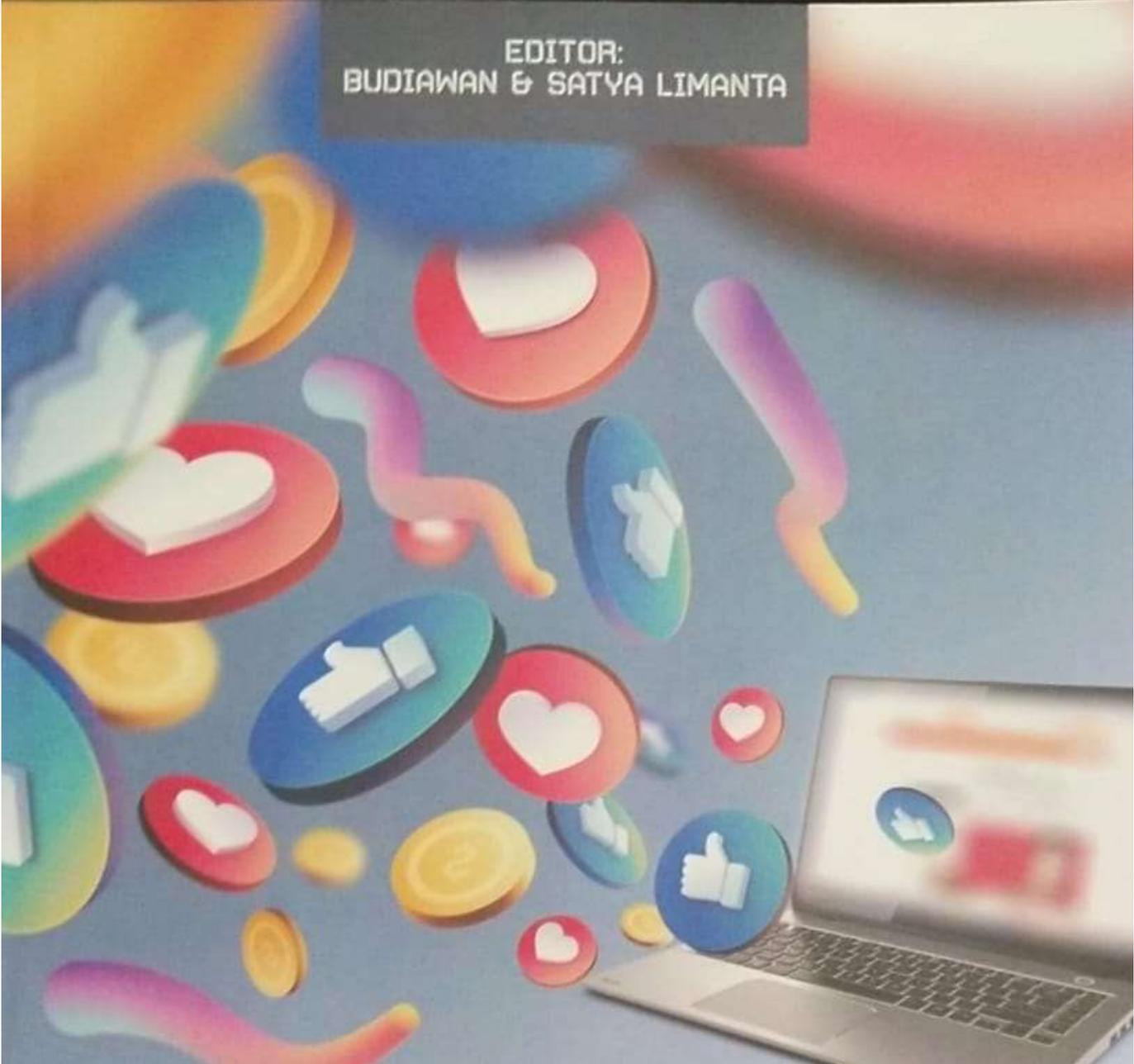


EDITOR:  
BUDIAWAN & SATYA LIMANTA



# Intermedialitas & Politik Identitas di Era Digital

**Intermedialitas dan Politik Identitas di Era Digital**  
Copyright©Budiawan & Satya Limanta, dkk., 2021

Diterbitkan oleh Penerbit Ombak (Anggota IKAPI), 2021  
Perumahan Nogotirto III, Jl. Progo B-15, Yogyakarta 55599

Tlp. 082221483637; WA. 082137666614

e-mail: redaksiombak@yahoo.co.id

facebook: Penerbit OmbakTiga

website: www.penerbitombak.com

PO.888.01. '21

Editor: Budiawan & Satya Limanta

Penyunting: Tim Ombak

Tata letak: Tim Ombak

Perpustakaan Nasional RI. Data Katalog dalam Terbitan  
**Intermedialitas dan Politik Identitas di Era Digital**

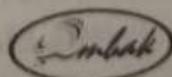
Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2021

xxiv+ 258 hlm.; 14,5 cm x 21 cm

ISBN: 978-602-258-588-6

Editor:  
**Budiawan & Satya Limanta**

**INTERMEDIALITAS DAN POLITIK IDENTITAS  
DI ERA DIGITAL**



PENERBIT OMBAK  
[www.penerbitombak.com](http://www.penerbitombak.com)

**2021**

## DAFTAR ISI

### **Intermedialitas dan Politik Identitas di Era Digital: Sebuah Pengantar**

*Budiawan dan Satya Limanta ~ vii*

- 1. Citra dan Pesona: Intermedialitas di Era Digital**  
*Setefanus Suprajitno ~ 1*
- 2. Kelindan Kenikmatan Intermedia: Dari Manga Hingga Maid Café**  
*Finsensius Yuli Purnama ~ 27*
- 3. Identitas yang Tersimulasi melalui Media Virtual dalam Seri Anime Sword Art Online II**  
*Richard Lawrence ~ 49*
- 4. Intermedialitas “Sang Liyan” dalam Film Kucumbu Tubuh Indahku (2018)**  
*Lynda Susana Widya Ayu Fatmawaty ~ 69*
- 5. Politik Identitas Acep Gates: “I am Gay Muslim HIV+”**  
*Samuel Rihi Hadi Utomo ~ 85*

- VI
- bra Digital
6. **Performativitas Androgini dalam Intermedialitas Instagram: Analisis Akun Instagram Jovi Adhiguna dan Anastasia Lie**  
*Selly Astari Octaviani ~ 110*
  7. **Crossdressing sebagai Perwujudan Politik Identitas**  
*Ariany Hendrayuwana ~ 135*
  8. **“Rambut Aku, Kata Aku”: Memaknai Rambut dan Citra Perempuan dalam Iklan Dove**  
*Herwinda Maria Tedjaatmadja ~ 163*
  9. **Fluiditas Identitas Agnez Mo**  
*Octavia Tungary ~ 187*
  10. **Intermedia Selfie: Praktik Keintiman Visual Perempuan Berhijab di Instagram**  
*Juliana Kurniawati ~ 202*
  11. **Intermedialitas Traveller Perempuan di Instagram**  
*Helen Diana ~ 225*
  12. **Transformasi Data Statistik ke dalam Narasi Visual dalam Film Dokumenter Etanan (2018)**  
*Febriyanti Pratiwi ~ 243*
  - Editor dan Penulis ~ 254**

# Intermedialitas dan Politik Identitas di Era Digital: Sebuah Pengantar

Budiawan dan Satya Limanta

BUKU ini merupakan kumpulan 12 (dua belas) makalah yang semula—kecuali satu—dipresentasikan dalam Seminar Bersama Program Studi Kajian Budaya dan Media Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada (KBM SPs. UGM) dan Program Magister Sastra Universitas Kristen Petra di kampus UK Petra, Surabaya, 23 Januari 2020. Seminar itu bertajuk “Intermedialitas dan Politik Identitas di Era Digital”, yang kemudian dipakai sebagai judul buku ini.

Ada dua hal pokok yang didiskusikan dalam buku ini, yakni “intermedialitas” dan “politik identitas”. Dalam konteks era digital, yakni suatu zaman di mana hampir seluruh bidang dalam tatanan kehidupan sudah dibantu dengan teknologi digital, dua hal ini saling terkait. Hal yang disebut terdahulu merupakan wahana bagi hal yang disebut belakangan; sebaliknya, hal yang disebut belakangan antara lain mewujud di dalam hal yang disebut terdahulu. Akan tetapi, apa itu “intermedialitas” dan “politik identitas” itu sendiri?

Dalam pengertian yang luas, “intermedialitas” merupakan sebuah terminologi generik dan fleksibel, yang bisa diterapkan pada “fenomena apa pun yang melibatkan lebih dari satu medium” (Rajewski 2005:46). Namun, yang melibatkan lebih dari satu medium itu bisa juga “multimedialitas” dan “transmedialitas”. Lalu, apa perbedaan antara “Intermedialitas” dengan kedua konsep itu?

Chiel Kattenbelt (2008:20–21) secara sederhana membedakan ketiga konsep itu sebagai berikut: (a) multimedialitas merujuk pada banyak media dalam objek yang satu dan sama; (b) transmedialitas merujuk pada transfer dari medium yang satu ke medium yang lain. Fenomena yang muncul bersifat *lintas media*; (c) intermedialitas mengacu pada ko-relasi media dalam pengertian adanya saling pengaruh *antara* media yang satu dengan yang lainnya. Asumsi dasarnya adalah adanya ruang-antara (*in-between space*) di mana atau dari mana saling pengaruh itu terjadi.

Dalam (a), misalnya, sebuah iklan (komersial) yang terdivergensi di berbagai media. Walaupun pesannya sama, efeknya tentu tidak akan sama karena modalitas yang berbeda. Meresepsi sebuah iklan berupa gambar bergerak di videotron tentu berbeda dari meresepsi iklan yang sama yang berupa baliho. Dalam (b), misalnya, sebuah karya sastra yang dialihwahkan ke dalam film. Tidak jarang audiens yang sudah membaca karya sastra itu kecewa dengan film tersebut, karena imajinasi yang berkembang pada saat membaca karya sastra itu seakan-akan terbatas oleh visualitas yang disajikan dalam film. Tetapi bisa juga sebaliknya. Sedangkan dalam (c), misalnya, musikalisasi puisi. Sebuah puisi yang dibawakan dengan diiringi musik, tentu berbeda bila tanpa iringan musik. Tetapi bagaimana musik diaransemen tentu tergantung pada bagaimana puisi itu ditafsirkan. Tetapi bisa juga sebaliknya. Jadi, ada proses saling

pengaruh antara medium puisi dan medium musik. Dalam platform media sosial misalnya adalah vlog, yakni kombinasi antara video dan blog, di mana keduanya saling memengaruhi.

Sebagaimana ditunjukkan pada awalan “inter”, “intermedialitas” bukan hanya mendiskusikan perubahan-perubahan yang muncul akibat digitalisasi dan komputerisasi komunikasi dan teknologi media, tetapi juga menaruh perhatian pada kelanjutan historis dan perbedaan-perbedaan kontekstual antara beragam media. Media yang berbeda niscaya saling terhubung satu sama lainnya, karena itulah disebut “inter-medial” (Herkman 2012). Dengan demikian, “Intermedialitas” mengacu pada kaburnya batas-batas generik dan formal di antara bentuk-bentuk berbagai praktik media baru yang berbeda (Azkárate dan de Zepetnek 2008).

Sebagai sebuah fenomena, catat Mikko Lehtonen (sebagaimana dikutip Herkman 2012), intermedialitas sebenarnya sudah cukup lama ada. Sejarahnya bisa dilacak pada gerakan seni dan komputerisasi pada dekade 1960-an dan 1970-an, sebagaimana terlihat pada proyek seni *Avant Garde* Dick Higgins dan kawan-kawan, di mana mereka menggabungkan aspek-aspek yang ada dalam seni yang sudah mapan dengan bentuk-bentuk media guna menciptakan bentuk-bentuk baru. Contohnya adalah karya Higgins dan kawan-kawan yang berupa “visual poetry” (puisi visual), yang mengawinkan puisi dengan desain grafis. Higgins sadar bahwa tidak ada hal yang baru dalam intermedialitas artistik semacam ini, yang pada dasarnya tidak lebih dari anti-formalisme, sebagaimana sebelumnya sudah digandrungi para seniman.

Sebagai sebuah konsep yang dikembangkan secara sistematis untuk kajian media, “intermedialitas” merupakan konsep yang relatif baru. Hal ini bisa dilacak pada diskusi tentang digitalisasi dan internet, khususnya yang terkait dengan dampaknya pada

tekstualitas. Dua teoretisi teks Jerman, Jürgen Muller dan Ernest Hess-Luttich, mulai mengembangkan konsep ini pada awal 1990-an sebagai bagian dari proyek teori *hypertext* mereka. Melalui konsep “intermedialitas”, teori “intertekstualitas” diperluas untuk diterapkan pada analisis bentuk-bentuk tekstual berbasis internet, digital, dan baru. Sejak saat itu intermedialitas merupakan konsep yang lazim dalam kajian komunikasi dan seni di Jerman dan Skandinavia, dan juga populer di kalangan para sarjana sastra, musikolog dan ilmuwan informasi (Herkman 2012). Dengan demikian, mengkaji intermedialitas berarti mempersoalkan sekat-sekat disiplin akademik (Lechtonen sebagaimana dikutip dalam Azkárate dan de Zepetnek 2008:67). Misalnya, bagaimana sebuah pertunjukan seni tari yang melibatkan lebih dari satu penari yang satu dan lainnya terpisah di berbagai tempat yang berbeda, tetapi terhubung oleh teknologi media sehingga terjadi kolaborasi mesti dikaji? Apakah itu semata-mata ranah kajian seni pertunjukan, atau kajian media, atau keduanya?

Poin pentingnya bahwa intermedialitas perlu dipahami dalam konteks *hubungan antar* beragam media, di mana dimensi-dimensi teknologis, sosial, kultural, dan ekonomi memiliki berbagai implikasi yang nyata. Intermedialitas dengan demikian bukan hanya menempatkan teknologi pada analisis teks media dan sirkuit makna kultural, tetapi juga menekankan perhatiannya pada konteks historis dan kultural. Singkatnya, sebagai sebuah pendekatan, intermedialitas mirip dengan kajian historis, yakni menganalisis kontinuitas dan perubahan yang berbeda melalui beragam materi dan metode (Herkman 2012).

Dalam konteks kultural di era digital, intermedialitas merupakan fenomena yang muncul sebagai ekspresi keterputusan dengan Proyek Modern, dan lebih mengafirmasi situasi di bawah kondisi budaya tontonan (*spectacle culture*). Dalam budaya tontonan—yang berkembang dalam “masyarakat tontonan”

(*the society of the spectacle*), pinjam konsep Guy Debord (2006)—media sebagai manifestasi superfisial yang paling gamblang telah memonopoli segalanya, sedemikian rupa sehingga “tontonan itu merupakan kapital yang diakumulasikan sampai pada titik di mana tontonan itu menjadi citra-citra”. Di sinilah intermedialitas dipahami sebagai kapitulasi seni kepada budaya tontonan kapitalis (Schröter 2010).

Di ranah yang lain, seiring dengan semakin maraknya beragam platform media sosial, artikulasi “politik identitas” beragam kelompok semakin menggejala. Seolah-olah masing-masing kelompok berebut pengakuan. Akan tetapi, dalam konteks “masyarakat tontonan” itu, seberapa jauh artikulasi “politik identitas” tetap berada dalam “rel” pencarian “politik pengakuan”? Apakah atau seberapa jauh “politik identitas” yang semakin menggejala di dan berkat munculnya berbagai platform media sosial di era digital ini juga terkomodifikasikan ke dalam budaya tontonan kapitalis? Seberapa jauh otonomi subjek-subjek yang ber-“politik identitas” di beragam platform media sosial itu masih ada?

“Politik identitas” merupakan sebuah konsep yang bisa menjadi lensa yang lebih luas untuk mengamati fenomena yang menggoncang maupun yang sehari-hari, karena sebuah politik identitas menaruh perhatian pada *bagaimana* identitas bekerja, serta beragam efek dan pengaruh yang dihasilkannya. Ketika kita berbicara tentang “identitas”, kita tidak semata-mata melakukan klasifikasi, namun lebih dari itu adalah berurusan dengan serangkaian makna, interseksi, dan beragam kemungkinan mengada yang kompleks, dan mengaitkan semuanya itu dengan rajutan kehidupan sosial, politik, budaya, dan ekonomi. Dalam konteks inilah menamai dan mengategorisasikan merupakan bagian penting dari kerja identitas dan hal ini bersifat politis (Agius dan Keep 2018:2).

Sifat politis itu tampak pada bagaimana beragam representasi sosial berupaya mengalamiahkan dan melegitimasi relasi-relasi dominasi, mendesakkan identitas-identitas tertentu (yang bekerja sama dengan wacana-wacana dominan), mendukung relasi-relasi kuasa dan wacana sedemikian rupa sehingga diterima sebagai politik sehari-hari (Phoenix, Howarth, dan Philogène 2017:22). Dengan kata lain, muara dari “politik identitas” adalah penerimaan dan pengakuan (dengan beragam implikasi praktisnya) dalam kehidupan sehari-hari.

Tulisan-tulisan yang dihimpun di dalam buku ini, dengan isu dan perspektif yang beragam, bisa dibaca dengan kerangka konseptual sebagaimana dipaparkan di atas.

\*\*\*

Tulisan pertama, yang ditulis Setefanus Suprajitno, membahas intermedialitas citra dan identitas para pengguna media sosial sebagaimana tampak dalam unggahan-unggahan mereka. Melalui studi kasus beberapa unggahan di media sosial, Suprajitno menunjukkan bahwa artikulasi citra/identitas di media sosial itu merupakan upaya komodifikasi dan politik pengakuan (*the politics of recognition*), yang turut dibentuk oleh beragam konteks sosial dan budaya yang mengitarinya.

Dengan mengkaji empat kasus, yakni hantaran imlek, brosur pariwisata, video promosi budaya Indonesia, dan video resmi lagu “Senorita”, Suprajitno tiba pada suatu argumentasi bahwa citra dan identitas tersebut merupakan citra dan identitas ideal mereka, yang mungkin saja tidak kongruen dengan citra dan identitas di

dunia nyata. Artikulasi citra dan identitas itu merupakan upaya politik pengakuan (*the politics of recognition*). Salah satu teori yang sesuai untuk menganalisis artikulasi identitas seperti yang tampak dalam unggahan di media sosial adalah teori intermedialitas. Ini terjadi karena pertama-tama, mengutip Rajewski, sebagai satu fenomena, intermedialitas ini mengubah atau menambah makna pada satu atau lebih media yang terlibat; atau mengubah bentuk dan fungsi media yang berbeda-beda melalui hubungan yang terjadi.

Selain itu, hubungan *intermedial* menyiratkan adanya “ruang” yang tercipta akibat adanya lintas batas media. Ruang, lanjut Suprajitno, yang mengutip Grossberg, tidak hanya merupakan tempat sirkulasi orang dan barang, namun juga sirkulasi budaya dan ide. Ruang yang tercipta akibat konfigurasi media sebagai dampak dari hubungan *intermedial* ini berfungsi sebagai *space of struggle*, di mana pendapat-pendapat berbeda dikemukakan dan ditentang. Pendeknya, ruang *intermedial* itu merupakan arena kontestasi makna sekaligus kuasa.

Tulisan selanjutnya, yang ditulis Finsensius Yuli Purnama, membahas perkelindanan kenikmatan intermedia dalam kasus *manga* hingga *maid café*. Dengan gaya *feature*, Purnama menarasikan bagaimana pengalaman intermedialitas antara fantasi cerita di media cetak *manga* dan gambar bergerak dalam bentuk anime semakin dikuatkan dengan pengalaman aktual ketika menonton karakter dambaannya tersebut ‘mewujud’ dalam diri para *cosplayer* yang selalu hadir dalam berbagai *event festival* budaya Jepang atau *event cosplay* lainnya. Pengalaman itu semakin dikuatkan dengan interaksi afektif dalam pertemuannya dengan para *cosplayer* tersebut dalam diri *maid* yang ditemui secara personal.

Kenikmatan terjadi, tambah Purnama, justru melalui relasi yang *unconsummated erotic* sehingga memberi ruang fantasi

yang lebih luas. Kenikmatan didapat oleh para *master* dengan mewujudkan imajinasinya di ruang fantasi dengan tetap memelihara fantasi mereka sendiri sehingga kenikmatan terjaga dengan tetap menjaga jarak dengan kenyataan. Para *master* tidak hanya mendapatkan kenikmatan dalam memandangi, namun juga mengalami perjumpaan yang konkret dengan pujaannya, termasuk mengikuti kehidupan pribadi para *maid* melalui media sosial.

Masih terkait dengan budaya pop Jepang, tulisan selanjutnya, yang ditulis Richard Lawrence, membahas tentang identitas yang tersimulasi melalui media virtual dalam seri anime *Sword Art Online II*. Bermain *game online* khususnya *game* bergenre RPG (*Role-Playing Game*), tulis Lawrence, adalah pengalaman yang sangat imersif baik secara visual, imajinatif, dan bahkan fisik. Meskipun tidak setiap *game online* merupakan *role-play* (bermain peran), sebagian besar permainan dalam *game online* melibatkan aspek *role-play* (bermain peran) untuk dimainkan.

Lawrence tiba pada suatu argumentasi bahwa *Sword Art Online II* yang diadaptasi dari *light novel* sebenarnya menggambarkan contoh dari kecanduan dan khayalan pada *game* melalui karakter Asada Shino. Meskipun demikian, tambah Lawrence, *light novel* itu sendiri adalah simulasi. Setelah mengalami pengalaman traumatis di masa lalu, Asada Shino melangkah lebih jauh dalam bermain *video game* yang terkait dengan traumanya agar dapat menyingkirkan trauma itu melalui apa yang oleh Jean Baudrillard disebut sebagai empat tahap simulasi. Asada Shino berjalan semakin dalam hingga mencapai tahap simulasi keempat di mana ia memiliki khayalan bahwa karakter yang ia mainkan sebagai dirinya yang sebenarnya. Meskipun ternyata baik untuk karakter yang bisa mengatasi trauma, pengaruh *video game* yang terjadi sebagai simulasi terhadap Asada

Shino dalam seri ini sebenarnya menunjukkan betapa kuatnya gambar yang memiliki hubungan dengan kenyataan sebenarnya; dan pada akhirnya mungkin mengaburkan garis antara apa yang nyata dan apa yang hanya merupakan representasi dari apa yang nyata.

Artikel selanjutnya, yang ditulis Lynda Susana WAF, membahas intermedialitas “sang liyan” dalam film *Kucumbu Tubuh Indahku* karya sutradara Garin Nugroho. Sebagaimana diketahui, kemunculan film ini pada akhir 2018 memicu kontroversi di masyarakat Indonesia terkait isu LGBTQ (*Lesbian Gay Bisexual Transgender and Queer*) yang diangkat dalam film ini. Komentar yang santer menyatakan bahwa film ini dapat merusak moral generasi muda.

Pada dasarnya, tulis Lynda, film ini fokus pada permasalahan tentang tubuh pada seniman tradisional, yaitu lengger dan gemblak. Keberadaan lengger dan gemblak inilah yang kemudian bermasalah secara sosial karena identitas gender seniman ini maskulin dan feminin. Lengger sebagai seni pertunjukan yang ditampilkan dalam beberapa adegan dalam film ini dipindahkan dari panggung nyata ke dalam layar. Selain itu, lanjut Lynda, film ini mengartikulasikan kompleksitas diskursif pada tubuh di mana hal ini diilhami riset tentang tubuh yang juga dituangkan dalam tarian berjudul *Medium*. Hal inilah yang disebut sebagai intermedialitas dengan melibatkan berbagai media dalam bentuk baru yang mengganti, menambahkan, atau menguatkan yang lama.

Masih terkait dengan isu LGBTQ, artikel selanjutnya, yang ditulis Samuel Rihi Hadi Utomo, membahas politik identitas seorang gay muslim, yakni Acep Gates. Melalui akun *YouTube* dan berbagai platform media sosial lain seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* dan *Website*, Acep menggugat segala bentuk stigmatisasi terhadap kaum gay. Dalam pembacaan Samuel, di sini Acep

melakukan praktik intermedialitas, yang secara konseptual tidak hanya dipahami sebagai penggunaan media yang beragam, namun juga mengasumsikan adanya hubungan bersama antarmedia yang berbeda dan saling memengaruhi. Dalam konteks ini, lanjut Samuel, Acep merasa dipandang sebelah mata bukan hanya terkait identitasnya sebagai gay muslim, namun juga karena status HIV+nya. Ia selalu dicap sebagai orang yang buruk, tidak dapat berbuat baik, tidak dapat berprestasi, tidak memiliki masa depan, memiliki hidup yang suram, susah mendapatkan pekerjaan, bagian dari kelompok yang mudah menularkan HIV dan penyumbang angka HIV tertinggi di Indonesia. Melalui perjuangan politik identitas, Acep menggugat semua itu.

Akan tetapi ketika Acep melakukan politik identitas, kata Samuel, ia justru menunjukkan sesuatu yang paradoksal. Sebab, ia justru tunduk dan kembali membiarkan struktur yang dominan untuk terus menjajah yang marjinal. Tidak hanya itu, dalam melakukan politik identitas Acep juga masih sering terjebak dalam konstruksi heteroseksual yang patriarkis, yang sebenarnya berusaha ia gugat. Acep masih terjebak dalam “*the walls of the master’s house*”. Ia juga berkompromi dengan logika kerja industri media ketika membuat konten. Sebab, dari situlah Acep meraup penghasilan.

Artikel selanjutnya, yang ditulis Selly Astari Octaviani, membahas performativitas androgini dalam intermedialitas *Instagram*, dengan secara khusus menganalisis akun *Instagram* Jovi Adhiguna dan Anastasia Lie. Dalam menunjukkan keandroginiannya di *Instagram*, tulis Selly, individu tidak hanya mengandalkan perilaku, tetapi juga penampilan fisiknya. Hal ini sebagaimana ditunjukkan oleh seorang *lifestyle influencer*, *content creator*, sekaligus pemilik *POUR clothing line*, Jovi Adhiguna, dan model androgini dari agensi Jim Models, Anastasia Lie, melalui akun *Instagram* masing-masing.

Dalam pengamatan Selly, pergerakan dinamis antar-biner gender yang ditunjukkan Jovi dan Anastasia melalui performativitas dalam kombinasi dua *platform Instagram* menunjukkan subversi atas gender konvensional. Mengutip Butler, konvensi yang ada dapat goyah melalui tindakan di luar norma yang dilakukan secara berulang. Akan tetapi, simpul Selly, performativitas yang mengandalkan atribut industri budaya pada akhirnya bukanlah sekadar ekspresi diri, melainkan sebuah proses komodifikasi. Kecenderungan terhadap satu pola gender menjadi bentuk *self-branding* untuk menarik perhatian audiens dan perusahaan tertentu. Dengan kata lain, narasi dan penggunaan dua *platform Instagram* ini merupakan sebuah strategi untuk mencapai kepentingan ekonomi.

Agak mirip dengan fenomena yang didiskusikan Selly di atas, artikel selanjutnya, yang ditulis Ariany Hendrayuwana, membahas *crossdressing* sebagai perwujudan politik identitas. Secara umum, tulis Ariany, *crossdresser* adalah pelaku kebiasaan *crossdressing* dan biasanya dilakukan oleh para laki-laki yang mengadopsi gaya berbusana perempuan. Dalam kasus ini, sama dengan Selly, Ariany juga membahas performativitas gender Jovi Adhiguna, selain Yoga Arizona.

Dalam analisisnya tentang perilaku *crossdressing* kedua pria di atas, Ariany melihat bahwa *crossdressing* sebenarnya bukanlah indikasi perubahan orientasi seksual seorang pria. Bahkan preferensi berbusana *crossdressing* ini lebih merupakan wujud ekspresi diri dan ekspresi berkesenian seseorang, sehingga tidaklah tepat jika seorang *crossdresser* dianggap sama dengan transgender atau homoseksual. Melalui media sosial pula keduanya berusaha membentuk paradigma baru masyarakat tentang *crossdressing*.

Artikel selanjutnya, yang ditulis Herwinda Maria Tedjaatmadja, membahas tentang konstruksi makna rambut dan

citra perempuan dalam iklan *Dove*. Sejak dahulu, tulis Herwinda, perempuan sering dipakai sebagai model untuk memasarkan suatu produk, entah itu produk kecantikan atau produk-produk lainnya. Meskipun demikian, sejak munculnya gerakan feminis kaum perempuan telah menggugat struktur kekuasaan yang diciptakan laki-laki. Sementara itu, tanpa disadari, pada saat yang bersamaan mitos kecantikan yang berubah-ubah menjadi cara baru bagi laki-laki untuk menindas perempuan.

Dengan pembacaan semiotik atas iklan *shampoo Dove* versi “Rambut Aku, Kata Aku”, Herwinda melihat adanya pengaruh feminisme, yaitu bahwa perempuan pun berhak memilih karier atau pekerjaan yang disukainya sampai ke masalah pilihan gaya rambutnya. Ketika perempuan menjadi dirinya sendiri, maka ekspresi “jati diri” perempuan pun menjadi lebih beragam. Citra kecantikan perempuan pun tidak lagi tunggal, yaitu berambut panjang, hitam, dan lurus. Berambut pendek, keriting, berwarna pun bisa kelihatan cantik.

Artikel selanjutnya, yang ditulis Octavia Tungary, membahas fluiditas identitas dalam konteks masyarakat yang semakin terglobalisasikan. Dengan fokus pada sosok seorang pesohor Indonesia yang sudah “go international”, yakni Agnes Monica, Octavia mengamati bahwa bagi Agnes Monica percampuran budaya merupakan suatu kelebihan, dan ia malah memanfaatkannya untuk menaikkan pamornya sebagai seorang pesohor Indonesia. Masih kuatnya pandangan esensialis tentang identitas, tambah Octavia, membuat percampuran budaya yang sebenarnya merupakan sesuatu yang wajar belum dapat diterima dengan baik, dan cenderung dianggap sesuatu yang negatif oleh masyarakat. Di sinilah sumber pokok persoalan atas pernyataan Agnes yang sempat kontroversial di media sosial. Pernyataan yang dimaksud adalah kata-kata Agnez Mo di *BUILD series*, acara *talkshow* di New York, yang diunggah di *YouTube* pada

22 November, 2019. Dari menit ke 05.50 hingga 08.42, Kenan Kenney, pewawancara, menanyai Agnes tentang budaya Indonesia sampai identitasnya sebagai orang Indonesia. Agnes berkata, “... *actually I don't have Indonesian blood whatsoever. So I'm actually German, Japanese, Chinese, I was just born in Indonesia ...*” (“... sebenarnya saya tidak mempunyai darah Indonesia sama sekali. Saya sebenarnya orang Jerman, Jepang, Cina, saya hanya lahir di Indonesia ...”). Pernyataan ini sebenarnya ingin menunjukkan betapa hibridnya dia.

Artikel selanjutnya, yang ditulis Juliana Kurniawati, mendiskusikan praktik keintiman visual perempuan berhijab di Instagram. Berbicara mengenai perempuan berhijab, tulis Juliana, biasanya yang tergambar dalam benak sebagian masyarakat Indonesia adalah seseorang yang menganut agama Islam, karena adanya konstruksi hijab sebagai bagian penanda identitas keislaman. Sebenarnya hijab hanyalah salah satu bagian dari atribut muslimah. Akan tetapi, masyarakat mengonstruksikan pakaian dan atributnya seakan “beragama”.

Dengan melakukan pengkajian atas unggahan-unggahan swafoto perempuan berhijab di sejumlah akun Instagram, Juliana sampai pada suatu argumentasi bahwa intermedialitas (fotografi dan *Instagram*) memfasilitasi produksi hijab *selfie* dan bekerja untuk meneguhkan isu kontroversi. Hijab dikenakan sebagai properti dalam estetisasi penampilan diri. Keintiman visual tersaji dalam pembingkaiian foto. Penerapan *angle* (*close up* dan *extreme close up*), *cropping*, dan *editing*, pose, ekspresi menciptakan relasi keintiman antara subjek foto dengan *viewers*. Keintiman terjadi dalam bayangan atau keintiman yang semu karena terdapat batas tidak nyata antara subjek dengan *viewers*.

Lebih lanjut Juliana menambahkan bahwa terpenuhinya *desire* dengan memaparkan wajah dan tubuh sebagai objek *visual intimacy* dalam angan-angan para *viewers*, terpenuhinya

*pleasure* dengan menjadi objek pandangan untuk mendapatkan *like*, *followers* serta komentar, terpenuhinya *desire* dan *pleasure* tiga pihak sekaligus dalam lapisan yang saling berjaln dan tidak tunggal, tidak serta-merta membuat *desire* dan *pleasure* itu terpuaskan.

Masih terkait dengan fenomena unggahan-unggahan swa-foto di media sosial, artikel selanjutnya, yang ditulis Helen Diana, membahas intermedialitas *traveller* perempuan di Instagram. Aktivitas *traveling* diabadikan melalui kamera dan diunggah ke dalam *Instagram* dengan menggunakan berbagai macam pilihan fitur. Aktivitas yang diabadikan tidak hanya berupa gambar, namun juga bisa dalam bentuk video yang dilengkapi dengan audio. Meskipun menggunakan berbagai macam medium, tulis Helen, semua aktivitas *traveling* itu dapat terdokumentasi dan termediasi dalam satu *platform* aplikasi media sosial, yaitu *Instagram*. Hubungan antara berbagai macam medium yang digunakan itu disebut intermedialitas.

Dengan mengamati akun Instagram @trinity, Helen menemukan bahwa melalui *Instagram* dan fitur-fitur yang ada di dalamnya, Trinity berupaya menunjukkan dirinya yang bebas dan berdaya. Semua fitur yang digunakan saling berkorelasi dan menguatkan satu sama lain. Namun di sisi lain, tanpa bisa dihindari Trinity telah menjadi objek dari kapitalisme yang terperangkap dalam ruang *Instagram*. Kesuksesan Trinity sebagai seorang *traveler* perempuan tetap saja dibayang-bayangi oleh belitan ganda represi dari media dan kapitalisme. Maka dapat disimpulkan, tulis Helen, tidak ada kebebasan mutlak, termasuk di *Instagram*.

Artikel terakhir, yang ditulis Febriyanti Pratiwi, membahas transformasi data statistik ke dalam narasi visual dalam film dokumenter *Etanan* (2018). Film ini menyajikan penggambaran keragaman lanskap geografis, sosial, budaya, dan ekonomi

masyarakat di kawasan Jawa Timur bagian tenggara, yang biasa disebut kawasan Tapal Kuda, yang membentang dari Pasuruan hingga Banyuwangi. Dalam kerangka konseptual sebagaimana kami paparkan di bagian awal Kata Pengantar ini, fenomena yang dikaji Febriyanti ini mungkin lebih tepat dibingkai sebagai transmedialitas, daripada intermedialitas. Sebab, yang terjadi di sini adalah transformasi dari satu bentuk medium ke bentuk medium yang lain. Tidak terjadi proses timbal balik. Akan tetapi, apa yang diproblematiskan Febriyanti di sini tetap menarik. Ia mempersoalkan bagaimana data statistik resmi divisualisasikan ke dalam sebuah film dokumenter tanpa narasi.

Transformasi data statistik menjadi audiovisual dalam film *Etanan*, tulis Febriyanti, tidak serta-merta diterjemahkan dengan tepat sesuai dengan data yang ada. Data itu mengalami proses seleksi guna memberikan efek dramatik visual, terlebih untuk kebutuhan sinematografis. Pemilihan objek-objek kesenian khas daerah yang ditampilkan pun merupakan ikon yang dikenal masyarakat luas tentang budaya Tapal Kuda atau Pandhalungan, yang kemudian menghasilkan persepsi yang sempit mengenai karakteristik etnis masyarakat Tapal Kuda yang hanya digambarkan lewat kesenian tradisional mereka. Selain pemilihan konten yang cenderung stereotipikal, *Etanan* juga memiliki permasalahan ketika data yang mereka gunakan sebagai landasan produksi sudah tidak lagi relevan dengan kondisi Tapal Kuda di masa kini maupun di tahun-tahun berikutnya. Artinya, jarak waktu antara ketika data statistik diterbitkan dengan masa pembuatan film menjadi permasalahan tersendiri, terutama terkait dengan data yang dinamis, misalnya profil ekonomi suatu daerah.

Dari paparan tentang ringkasan isi artikel-artikel yang terhimpun di dalam buku ini, benang merah yang bisa ditarik adalah beragam media yang saling terkait satu dengan lainnya turut

membentuk ulang bagaimana politik identitas diartikulasikan di dalamnya. Akan tetapi karena logika media tidak terlepas dari logika kapital, artikulasi politik identitas itu pun tidak terlepas dari proses-proses komodifikasi. Era digital memang tidak lain adalah era kapitalisme media.

\*\*\*

Sebagaimana kami katakan di depan, buku ini merupakan hasil dari Seminar Bersama antara Prodi Kajian Budaya dan Media Sekolah Pascasarjana (KBM SPs.) UGM dengan Program Magister Sastra Universitas Kristen Petra, Surabaya. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berperan mewujudkan Seminar Bersama itu. Di Prodi KBM SPs. UGM kami ucapkan terima kasih kepada Dr. Ratna Noviani dan Dr. Ch. Budiman, yang turut memikirkan topik seminar itu. Begitu juga kepada sdri. Elok Santi Jessica dan sdri. Nova Ekawati, yang menangani hal-hal teknis keberangkatan rombongan KBM SPs. UGM ke kampus UK Petra.

Di pihak Program Magister UK Petra kami ucapkan terima kasih kepada Dr. Liliek Soelistyo, yang selain sebagai salah satu penggagas Seminar Bersama itu juga menjadi koordinator pelaksana *event* tersebut. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Dr. Julia Eka Rini, Dwi Setiawan Ph.D dan Dr. Jenny Mochtar, masing-masing sebagai Kaprodi Program Magister Sastra, Dekan Fakultas Bahasa dan Sastra, serta Wakil Rektor Bidang Akademik UK Petra. Tanpa dukungan dalam berbagai bentuk dari mereka, mustahil seminar tersebut terwujud. Tak lupa juga kami ucapkan terima kasih kepada Dr. Ribut Basuki, yang menjadi moderator di sesi penutup.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada para peserta seminar tersebut, baik dari Prodi KBM SPs. UGM maupun dari Program Magister Sastra UK Petra, serta dari luar kedua institusi tersebut.

Besar harapan kami, kerja sama antara kedua institusi ini terus berlanjut di masa-masa mendatang, dan membuahkan karya bersama setidaknya seperti buku ini. Besar harapan kami juga buku ini turut mewarnai diskusi akademik tentang intermedialitas dan politik identitas di ranah kajian sosial-humaniora di Indonesia. Syukur ada yang tergerak melakukan penelitian lebih lanjut terkait isu-isu yang dibahas di dalam buku ini.

**Tim editor**