

## Interpretasi *Personal Branding* Ian Hugen dalam Menyuarakan Citra Positif *Transgender* di Media Sosial Instagram

Daniel Dwi Fabian<sup>1</sup>, Septia Winduwati<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: daniel.915190057@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: septiaw@fikom.untar.ac.id

---

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

---

### **Abstract**

*Humans are social beings who live side by side and depend on one another. Humans live in groups and humans who live in groups in an area are called communities. However, there is a group of people who are not part of society. An example is the LGBT community, the LGBT community often gets treatment from society. The LGBT community is considered to have a negative stigma because it is against religious law. Because of this, the LGBT community often receives treatment in their environment and on social media. However, in the midst of the LGBT community, there is a transgender figure who has good personal branding. That figure was Ian Hugen. Ian Hugen is a public figure who is also a transgender person and Ian Hugen often insults self-love on social media so that he often receives praise from netizens. In this study the authors used the concepts/theories of communication, meaning, transgender, image, and social media. This study used qualitative research methods. The results of this study are informants on the meaning of Ian Hugen's personal branding in positive image deception which is dominated by the position of meaning. This is reinforced by the 8 elements of personal branding fulfilled by Ian Hugen.*

**Keywords:** *communication, image, meaning, personal branding, transgender*

### **Abstrak**

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup berdampingan dan bergantung satu sama lain. Manusia hidup secara berkelompok dan manusia yang hidup secara berkelompok pada suatu daerah disebut masyarakat. Akan tetapi, ada sekelompok manusia yang tidak menjadi bagian dari masyarakat. Komunitas LGBT kerap kali mendapatkan diskriminasi dari masyarakat. Komunitas LGBT dianggap memiliki stigma yang negatif karena berlawanan dengan hukum agama. Oleh karena itu, komunitas LGBT kerap kali mendapatkan diskriminasi dilingkungannya maupun di media sosial. Namun, ditengah-tengah komunitas LGBT, terdapat sosok transgender yang memiliki *personal branding* yang baik. Ian Hugen sebagai seorang *public figure* yang juga transgender dan sering kali menyuarakan tentang *self-love* di media sosial. Pada penelitian ini penulis menggunakan konsep/teori komunikasi, pemaknaan, transgender, citra, dan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ian Hugen memenuhi delapan elemen *personal branding* menurut Montoya. Hal tersebut diperkuat dengan pemaknaan informan terhadap *personal branding* Ian Hugen dalam menyuarakan citra positif transgender melalui media sosial Instagram yang di dominasi dengan posisi pemaknaan Dominan.

**Kata Kunci:** *citra, komunikasi, pemaknaan, personal branding, transgender*

## 1. Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup secara berdampingan dan bergantung dengan manusia lainnya. Manusia hidup secara berkelompok dan manusia yang hidup secara berkelompok pada suatu daerah disebut sebagai masyarakat. Manusia dapat dikatakan sebagai masyarakat jika menjadi satu kesatuan golongan yang akan terus berhubungan dan berketergantungan (Nurmansyah, 2019).

Akan tetapi, meskipun masyarakat merupakan suatu kelompok manusia yang saling berketergantungan, masih ada kelompok atau manusia yang tidak menjadi bagian dari masyarakat. manusia yang tidak menjadi bagian dalam masyarakat akan terpinggirkan atau tersingkirkan. Masyarakat yang terpinggirkan kerap kali mendapatkan diskriminasi oleh masyarakat yang besar atau mayoritas. Masyarakat yang terpinggirkan biasanya memiliki keterbatasan dalam ruang gerak di lingkup sosial.

Salah satu masyarakat yang terpinggirkan adalah komunitas LGBT. Komunitas LGBT kerap kali mendapatkan diskriminasi sehingga memiliki keterbatasan dalam ruang gerak di masyarakat atau lingkungan. Kebanyakan dari mereka mendapatkan diskriminasi berupa: *hate speech* dari masyarakat, kesulitan mencari pekerjaan, dirundung di lingkungannya, dll. Banyak dari komunitas LGBT yang memutuskan untuk berhenti dari dunia pendidikan atau pekerjaan dan memiliki bekerja sebagai pelayan di club malam. Selain mengalami diskriminasi di dunia pekerjaan ataupun pendidikan, komunitas LGBT juga kerap kali mendapatkan diskriminasi di dunia kesehatan. Komunitas LGBT kerap kali dihubungkan dengan penyakit HIV dan AIDS sehingga mereka seringkali mendapatkan diskriminasi mengenai kesehatan mereka.

Komunitas LGBT belum mendapatkan kesempatan yang sama dengan masyarakat masyarakat yang lebih besar atau mayoritas, akhirnya seseorang dari komunitas LGBT yang bernama Ian Hugen menunjukkan kepada masyarakat bahwa komunitas LGBT juga memiliki citra yang baik di masyarakat. Ian Hugen adalah seorang *public figure* yang juga dia adalah seorang transgender yang banyak menyuarakan mengenai *self-love* melalui media sosial salah satunya adalah Instagram. Melalui Instagram, Ian Hugen mengajak netizen untuk selalu bersyukur dan selalu mengedukasi mengenai *self-love*. Mengutip dari interview bersama Marketeers, Ian Hugen menceritakan bagaimana ia kerap kali mendapatkan komentar pedas dan kritik serta ancaman di media sosial (Astira, 2021).

Dengan kritik atau komentar yang bersifat positif ataupun negatif akan menciptakan suatu branding kepada dirinya. Montoya dalam (Rangkuti, 2013) menjelaskan bahwa *personal branding* adalah identitas personal yang mampu memunculkan persepsi di benak audiens mengenai nilai dan kualitas yang dibawa pemilik nama tersebut. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menciptakan *personal branding* adalah melalui media sosial. Ian Hugen yang menciptakan *personal brandingnya* melalui media sosial Instagram dengan mengupload konten yang banyak mendukung netizen untuk menunjukkan rasa bersyukur dan *self-love*. *Personal branding* yang di tunjukkan melalui media sosial akan menciptakan suatu pemaknaan audiens atau khalayak.

Pemaknaan adalah teori yang menekankan pada peran pembaca atau khalayak dalam menerima pesan dan nuka pada peran pengirim pesan. Pemaknaan pesan bergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman hidup khalayak itu sendiri. Dari latar belakang atau pendahuluan yang sudah disebutkan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengulas bagaimana pemaknaan khalayak terhadap

*personal branding* Ian Hugen dalam menyuarakan citra positif transgender melalui media sosial Instagram. Peneliti menggunakan teori pemaknaan menurut Stuart Hall yang dimana pemaknaan memiliki 3 posisi yaitu; Dominan, Negosiasi, dan Oposisi.

## 2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut (Sudaryono, 2018) penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan menggambarkan suatu dunia sosial menurut sudut pandang dan menurut sudut interpretasi seorang individu dengan cara menganalisa kehidupan dilingkungan sosialnya. dalam penelitian ini lebih mendalami tentang pemaknaan khalayak terhadap *personal branding* Ian Hugen dalam menyuarakan citra positif transgender melalui media sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, Creswell mengungkapkan bahwa penelitian studi kasus adalah sebuah proses penelusuran dari “suatu sistem yang terikat” atau “Studi kasus/kasus yang beragam” yang seiring berjalannya waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta menggunakan sumber informasi yang kaya akan suatu hal/konteks.

Subjek penelitian adalah seorang informan yang dapat memberikan informasi yang penting bagi penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, subjek penelitiannya adalah informan yang akan diwawancarai mengenai *personal branding* Ian Hugen dalam menyuarakan citra positif transgender melalui media sosial Instagram.

Adapun kriteria dari informan adalah pria atau wanita berusia 18 – 24 tahun dan merupakan mahasiswa aktif di daerah Jakarta Bogor Depok Tangerang Bekasi (Jabodetabek). Informan harus memiliki media sosial Instagram dan merupakan pengikut dari @ianhugen di media sosial Instagram.

Menurut Sugiyono (2019) objek penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono ada tiga elemen yang dapat menjadi objek penelitian yaitu, tempat, pelaku serta aktivitas. Objek pada penelitian ini adalah pemaknaan khalayak terhadap *personal branding* Ian Hugen dalam menyuarakan citra positif transgender melalui media sosial Instagram.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam, Dokumentasi, serta Studi Kepustakaan. Menurut Lexy J. Moleong, wawancara adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu.

## 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan secara lebih detail mengenai hasil penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya. Fokus dari penelitian ini mengenai Pemaknaan Audiens Terhadap *Personal Branding* Ian Hugen dalam menyuarakan Citra Positif Transgender melalui Media Sosial Instagram.

### Pembahasan dan Analisis

Pada bagian ini peneliti akan membahas tentang kaitan dari Pemaknaan Khalayak Terhadap *Personal Branding* dari Ian Hugen dalam Menyuarakan Citra Positif Transgender melalui Media Sosial Instagram dengan teori serta konsep yang peneliti gunakan. Dalam penelitian ini peneliti juga ingin mengetahui pemaknaan audiens terkait *personal branding* Ian Hugen dalam menyuarakan citra positif

transgender melalui media sosial Instagram yang dikaitkan dengan 8 elemen *personal branding* menurut Montoya.

Menelaah lebih jauh terkait dengan delapan poin utama *personal branding* menurut Montoya, maka pengembangan *personal branding* yang dilakukan oleh Ian Hugen melalui Instagram miliknya dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Spesialisasi

Untuk mengembangkan *personal branding* yang baik, diperlukan poin spesialisasi. Poin spesialisasi merupakan poin utama atau kunci utama untuk dapat meningkatkan penilaian diri kita di mata orang lain atau masyarakat. Ian Hugen berspesialisasi dalam menghadirkan konten positif bagi pengguna internet. Sebagai seorang transgender di Indonesia yang masih memiliki stigma negatif dan sebagai anggota komunitas transgender, Ian Hugen dapat mematahkan stigma tersebut dengan aura positifnya di media sosial.

2) Kepemimpinan

Seseorang dengan kemampuan atau kekuatan dalam suatu bidang tertentu akan dianggap pemimpin oleh masyarakat dalam bidangnya. Dengan kekuatan tulisan-tulisannya yang indah, Ian Hugen mampu mempengaruhi masyarakat agar komunitas transgender tidak selalu memiliki sisi negatif di mata masyarakat.

3) Kepribadian

*Personal branding* Ian Hugen yang dapat dikatakan kuat dapat ia peroleh karena ia mampu menjadi dirinya sendiri dengan kepribadian yang apa adanya, mencintari dirinya meskipun memiliki ketidaksempurnaan sebagai manusia.

4) Perbedaan

Perbedaan yang Ian Hugen miliki dibandingkan transgender lainnya atau *public figure* lainnya adalah selalu konsisten menampilkan sisi positif dari dirinya sendiri. Hal tersebut berupa konten yang Ian Hugen sajikan di media sosial berupa kata-kata yang mengandung hal positif dan sebagainya. Dalam membangun *personal branding* yang kuat, hal ini menjadi suatu keharusan sehingga *personal branding* yang tercipta bisa menjadi kuat dan efektif.

5) Kenampakan

Ian Hugen aktif mengunggah foto atau video ke akun Instagramnya, baik akun Instagram pribadinya maupun akun Instagram yang memuat karya-karyanya. Konten yang ia sajikan beragam mulai dari kesehariannya, tulisan-tulisannya yang indah, hingga interaksinya dengan followers Instagram melalui fitur *question box* media sosial Instagram. Konsistensi menampilkan karyanya di jejaring sosial terlihat dari komentar para pengikutnya yang banyak berkomentar positif tentang topik tersebut.

6) Kesatuan

Kesatuan merupakan gambaran atau citra yang ingin ditampilkan. Dalam poin ini kesatuan antara apa yang ingin kita tampilkan kepada masyarakat berupa *personal branding* hendaknya selaras dengan kehidupan dalam keseharian kita beraktivitas. Ian Hugen membawa kesehariannya ke Instagram untuk memperlihatkan kepada netizen bahwa ada kesatuan dengan apa yang ingin dia gambarkan dan lakukan setiap hari tanpa ada rekayasa.

7) Keteguhan

Memperhatikan sebuah tren atau tahapan merupakan suatu proses yang tidak kalah penting untuk mengembangkan *personal branding*. Dari beberapa unggahan Ian Hugen di Instagram, Ian Hugen kerap mengikuti fase dan tren yang ada.

Contohnya adalah saat Ian Hugen menjadi relawan untuk membantu orang yang membutuhkan bantuan sembako di masa pandemi.

8) Niat Baik

*Personal branding* yang baik juga memberikan dampak positif kepada masyarakat bila dikembangkan berdasarkan resolusi dan niat yang baik. Ian Hugen memposting foto dan video di akun Instagram-nya, yang berisi karya-karya yang tujuannya disebutkan dalam bio akun instagramnya, yaitu " *in the world full of black and white, be red* yang dimana menurut peneliti adalah saat sekitar anda memiliki aura yang tidak baik, kita harus mempengaruhi banyak orang dengan aura kita sendiri yang positif.

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaknaan informan terhadap *personal branding* Ian Hugen dalam menyuarakan citra positif transgender melalui media sosial Instagram, bila dianalisis lebih pemaknaan informan adalah sebagai berikut:

1) Posisi Pemaknaan Dominan

Pemaknaan Dominan memiliki arti bahwa khalayak menerima secara penuh makna yang disajikan dalam kata lain masyarakat menyetujui sepenuhnya terhadap apa yang disampaikan oleh teks. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa posisi dominan adalah posisi yang didominasi oleh informan terkait pemaknaan khalayak terhadap *personal branding* Ian Hugen dalam menyuarakan citra positif transgender melalui media sosial instagram. Karena, menurut informan konten yang disajikan Ian Hugen dapat menyuarakan citra positif dari transgender dan menurut informan citra dari seseorang tidak ditentukan dari status dari gendernya namun sifat dari pribadinya masing-masing.

2) Posisi Pemaknaan Negosiasi

Posisi Pemaknaan Negosiasi memiliki arti bahwa Khalayak menerima sebagian makna yang disajikan teks dan menolak makna pada beberapa kasus tertentu dan memiliki pesan alternative dalam arti lain masyarakat menyetujui beberapa sajian dari teks namun menolak beberapa sajian karena faktor tertentu. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa posisi negosiasi diisi dengan 2 informan, karena menurut informan konten yang disajikan oleh Ian Hugen melalui media sosial instagram dapat menyuarakan citra positif dari transgender, namun harus diingan kembali bahwa kita masih tinggal atau beraktivitas di Indonesia yang dimana masih sangat kental dengan budaya dan hukum agamanya.

3) Posisi Pemaknaan Oposisi

Khalayak menolak makna yang disajikan oleh teks dalam arti lain masyarakat menolak secara penuh apa yang disajikan teks. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan, peneliti menyimpulkan bahwa posisi pemaknaan oposisi tidak ada diisi oleh informan.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan dan hasil analisis 8 elemen *personal branding* menurut Montoya, Ian Hugen dapat memuhi 8 elemen *personal branding* dalam media sosial instagram, yaitu:

1) Spesialisasi

Ian Hugen berspesialisasi dalam menghadirkan konten positif bagi pengguna internet. Sebagai seorang transgender di Indonesia yang masih memiliki stigma

negatif dan sebagai anggota komunitas transgender, Ian Hugen dapat mematahkan stigma tersebut dengan aura positifnya di media sosial.

2) Kepemimpinan

Dengan kekuatan tulisan-tulisannya yang indah, Ian Hugen mampu mempengaruhi masyarakat agar komunitas transgender tidak selalu memiliki sisi negatif di mata masyarakat.

3) Kepribadian

*Personal branding* Ian Hugen yang dapat dikatakan kuat dapat ia peroleh karena ia mampu menjadi dirinya sendiri dengan kepribadian yang apa adanya, mencintai dirinya meskipun memiliki ketidaksempurnaan sebagai manusia.

4) Perbedaan

Perbedaan antara Ian Hugen dengan transgender atau *public figure* lainnya adalah ia selalu menunjukkan sisi positifnya. Hal tersebut hadir dalam bentuk konten yang Ian Hugen posting di media sosial berupa kata-kata yang mengandung hal positif. Dalam membangun *personal branding* yang kuat, hal ini diperlukan agar *personal branding* yang dibuat menjadi kuat dan efektif.

5) Kenampakan

Ian Hugen aktif mengunggah foto atau video ke akun Instagramnya, baik akun Instagram pribadinya maupun akun Instagram yang memuat karya-karyanya. Konten yang ia sajikan beragam mulai dari kesehariannya, tulisan-tulisannya yang indah, hingga interaksinya dengan followers Instagram melalui fitur *question box* media sosial Instagram. Konsistensi menampilkan karyanya di jejaring sosial terlihat dari komentar para pengikutnya yang banyak berkomentar positif tentang topik tersebut.

6) Kesatuan

Dalam poin ini kesatuan antara apa yang ingin kita tampilkan kepada masyarakat berupa *personal branding* hendaknya selaras dengan kehidupan dalam keseharian kita beraktivitas. Ian Hugen membawa kesehariannya ke Instagram untuk menunjukkan bahwa ada kesatuan dengan apa yang ingin dia gambarkan dan lakukan setiap hari tanpa ada rekayasa.

7) Keteguhan

Memperhatikan sebuah tren atau tahapan merupakan suatu proses yang tidak kalah penting untuk mengembangkan *personal branding*. Contohnya adalah saat Ian Hugen menjadi relawan untuk membantu orang yang membutuhkan bantuan sembako di masa pandemi.

8) Niat Baik

*Personal branding* yang baik harus memberikan dampak positif kepada masyarakat bila dikembangkan berdasarkan resolusi dan niat yang baik. Ian Hugen memposting foto dan video di akun Instagram-nya, yang berisi karya-karya yang tujuannya disebutkan dalam bio akun instagramnya, yaitu "*in the world full of black and white, be red*" yang dimana menurut peneliti adalah saat sekitar anda memiliki aura yang tidak baik, kita harus mempengaruhi banyak orang dengan aura kita sendiri yang positif.

Hal tersebut diperkuat dengan pemaknaan informan terhadap *personal branding* Ian Hugen dalam menyuarakan citra positif transgender melalui media sosial instagram yang didominasi oleh posisi dominan. Dari kelima informan, tiga informan memiliki posisi pemaknaan posisi dominan yang menyatakan bahwa konten yang disajikan oleh Ian Hugen dapat menyuarakan citra positif dari transgender dan 2 informan memiliki posisi pemaknaan negosiasi.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

## 6. Daftar Pustaka

- Astira, B. (2021). Mencoba Mendengar Ian Hugen Sebagai Sosok Transpuan. Diakses dari <https://www.marketeers.com/mencoba-mendengar-ian-hugen-sebagai-sosok-transpuan/>.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *The Power of Brand Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Nurmansyah, dkk. (2019). *Pengantar Antropologi: Sebuah Ikhtisar Mengenal Antropologi*. Bandar Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja.