

## FASHION SEBAGAI WUJUD IDENTITAS PADA AKUN INSTAGRAM @NATHANAEL.MOSS

<sup>1</sup>Bintang Isal Ramadhan, <sup>2</sup>Edy Sudaryanto, <sup>3</sup>Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[isalbintang89@gmail.com](mailto:isalbintang89@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana fashion digunakan sebagai sarana performatif untuk membentuk dan menegaskan identitas diri pada akun Instagram @nathanael.moss. Fenomena ini muncul seiring berkembangnya media sosial sebagai ruang terbuka bagi individu untuk mengekspresikan diri tanpa batasan konvensional. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk menguraikan makna denotasi, konotasi, dan mitos dari elemen visual pada unggahan foto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nathanael secara konsisten memadukan elemen busana maskulin dan feminin, seperti rok, renda, dan aksesoris mencolok, untuk menantang batas gender serta membangun citra diri yang cair. Temuan ini mendukung teori performativitas gender Judith Butler bahwa identitas gender dibentuk melalui tindakan berulang, salah satunya melalui pilihan fashion. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi visual, performativitas gender, serta memberikan wawasan bagi industri fashion dalam merespons keberagaman ekspresi identitas di media sosial.

**Kata kunci:** fashion, identitas, performativitas, gender, Instagram, semiotika

### Abstract

*This research aims to analyze how fashion is used as a performative medium to construct and affirm self-identity on the Instagram account @nathanael.moss. This phenomenon emerges alongside the growth of social media as an open space for individuals to express themselves beyond conventional boundaries. This study employs a descriptive qualitative approach with Roland Barthes' semiotic analysis method to interpret the denotative, connotative, and myth meanings of visual elements in the photo posts. The results show that Nathanael consistently combines masculine and feminine fashion elements, such as skirts, lace, and striking accessories, to challenge gender boundaries and build a fluid self-image. These findings support Judith Butler's theory of gender performativity, which states that gender identity is constructed through repeated actions, including fashion choices. This research is expected to enrich the study of visual communication, gender performativity, and provide insights for the fashion industry in responding to the diversity of identity expression on social media.*

**Keywords:** fashion, identity, performativity, gender, Instagram, semiotics

### Pendahuluan

Dalam kehidupan sehari-hari, cara seseorang berpakaian tidak hanya soal selera atau kenyamanan, tetapi juga bisa menunjukkan siapa dirinya. Melalui pakaian, seseorang bisa mengekspresikan identitas, kepribadian, bahkan nilai atau pandangan hidup yang diyakini. Terlebih di era digital saat ini, media sosial seperti Instagram menjadi ruang publik baru di mana penampilan dan gaya berpakaian sangat diperhatikan dan dapat membentuk citra diri seseorang (Aprilita & Listyani, 2016; Maradutua et al., 2024). Fashion tidak hanya menjadi bagian dari gaya hidup, tetapi juga alat komunikasi yang mampu menyampaikan pesan-pesan simbolik tentang gender, status sosial, dan kebebasan berekspresi (Ramadhanti, 2021; Trisnawati, 2016).

Fashion pada dasarnya bukan hanya sekadar penutup tubuh, melainkan juga memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi non-verbal yang dapat merepresentasikan identitas diri, status sosial, gaya hidup, hingga ekspresi gender seseorang (Ramadhanti, 2021; Trisnawati, 2016). Pada masyarakat modern, fashion telah bertransformasi menjadi simbol status, gaya hidup, dan bahkan sebagai bentuk perlawanan terhadap norma sosial yang mapan. Pilihan busana seperti, aksesoris dan gaya berpakaian seseorang dapat dibaca sebagai penanda identitas sekaligus alat untuk membentuk persepsi publik terhadap pemakainya. Fenomena ini semakin diperkuat dengan hadirnya media sosial yang membuka ruang selebar-lebarnya bagi individu untuk memamerkan gaya personal, membangun citra diri, dan berinteraksi dengan audiens secara aktif (Achmad Minalloh, 2026; Aprilita & Listyani, 2016). Salah satu media sosial yang sangat populer dan efektif untuk mendukung praktik ini adalah Instagram, dengan fitur berbagi foto dan video yang membentuk sebuah album digital yang dapat diakses oleh jutaan pengguna secara global (Maradutua et al., 2024). Negara Indonesia sendiri menempati peringkat keempat sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, mencapai lebih dari 100 juta orang pada tahun 2023 menurut website We Are Social.

Dalam konteks budaya digital ini, akun Instagram @nathanael.moss menjadi salah satu contoh menarik bagaimana fashion digunakan sebagai media performatif untuk membentuk identitas diri yang menantang norma berpakaian laki-laki konvensional di Indonesia. Nathanael, sebagai pemilik akun tersebut,

secara berani menampilkan gaya berpakaian yang menggabungkan elemen maskulin dan feminin, seperti penggunaan rok, renda, legging, *mesh top*, serta aksesoris yang terlihat nyentrik. Pilihan busana tersebut menunjukkan gaya gender fluid dan androgini yang berusaha menembus batasan maskulinitas serta femininitas untuk mendobrak stereotip gender yang masih melekat kuat dalam budaya masyarakat konvensional Indonesia. Fenomena ini dapat dibaca melalui lensa teori performativitas gender dari Judith Butler, yang menegaskan bahwa identitas gender tidak bersifat alamiah atau biologis, melainkan hasil konstruksi sosial dan kultural yang dibentuk melalui tindakan berulang, seperti cara berpakaian, berbicara, dan berperilaku (Octaviani, 2021; Rohmatul Inayah & Agus Fauzi, 2024). Melalui pengulangan praktik performatif ini, identitas gender tidak pernah final, melainkan selalu dalam proses pembentukan dan negosiasi. Hal ini sejalan dengan gagasan Hall yang menyebut identitas sebagai sesuatu yang cair dan senantiasa terbentuk melalui interaksi sosial dan proses komunikasi (Paramita & Chaniago, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu mendukung temuan ini, di antaranya Octaviani (2021) yang meneliti performativitas dan komodifikasi androgini di media sosial melalui figur publik seperti Jovi Adhiguna dan Anastasia Lie, serta Sumardiono (2022) yang menganalisis representasi gender influencer laki-laki dengan ekspresi feminin, yaitu Mimi Peri, di Instagram. Penelitian-penelitian tersebut membuktikan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang ekspresi gender yang cair, tetapi juga menjadi arena negosiasi identitas yang bersifat dinamis dan politis. Selain itu, penelitian Damas Rambatan Rakanda (2020) menunjukkan bahwa Instagram turut berkontribusi dalam pembentukan identitas diri generasi Z melalui praktik unggahan foto, interaksi sosial, dan aspirasi gaya hidup. Meski demikian, studi khusus mengenai bagaimana fashion digunakan sebagai media performatif untuk membentuk identitas diri di akun Instagram *@nathanael.moss* masih belum banyak dikaji, sehingga penelitian ini memiliki kebaruan dengan memadukan teori performativitas gender Judith Butler dan analisis semiotika Roland Barthes dalam konteks media sosial.

Urgensi penelitian ini terletak pada relevansinya dengan perkembangan tren fashion inklusif yang kini semakin mendapat tempat di industri mode global maupun lokal. Industri fashion dituntut untuk lebih responsif terhadap keragaman identitas gender dan ekspresi diri yang semakin kompleks di era digital saat ini. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang ilmu komunikasi, khususnya pada ranah komunikasi visual, representasi gender, dan studi semiotika dalam konteks media sosial. Berdasarkan latar belakang dan kajian literatur tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan praktik fashion pada akun Instagram *@nathanael.moss* sebagai bentuk performativitas identitas di ruang digital, serta menganalisis makna visualnya melalui pendekatan semiotika Roland Barthes.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam bagaimana fashion digunakan sebagai sarana performatif dalam membentuk identitas diri pada akun Instagram *@nathanael.moss* (Ananda Muhammad Tri Utama, 2022; Rusandi & Muhammad Rusli, 2021). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji makna di balik tanda-tanda visual dan praktik ekspresi diri di media sosial. Untuk mendukung analisis, penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes yang memfokuskan pembacaan tanda pada tiga tingkatan makna, yaitu denotasi sebagai makna literal yang tampak langsung pada foto, konotasi sebagai makna simbolik atau asosiasi budaya, dan mitos sebagai makna ideologis yang mengandung pesan tersembunyi di balik tanda tersebut (Damayanti, 2023; Lestari, 2021). Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui teknik observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati unggahan foto fashion pada akun Instagram *@nathanael.moss* dalam kurun waktu 2020 hingga 2023, sedangkan dokumentasi berupa tangkapan layar unggahan foto serta catatan literatur pendukung seperti jurnal, buku, dan artikel yang relevan dengan teori performativitas gender, identitas, komunikasi non-verbal, dan semiotika (Rukhmana, 2021).

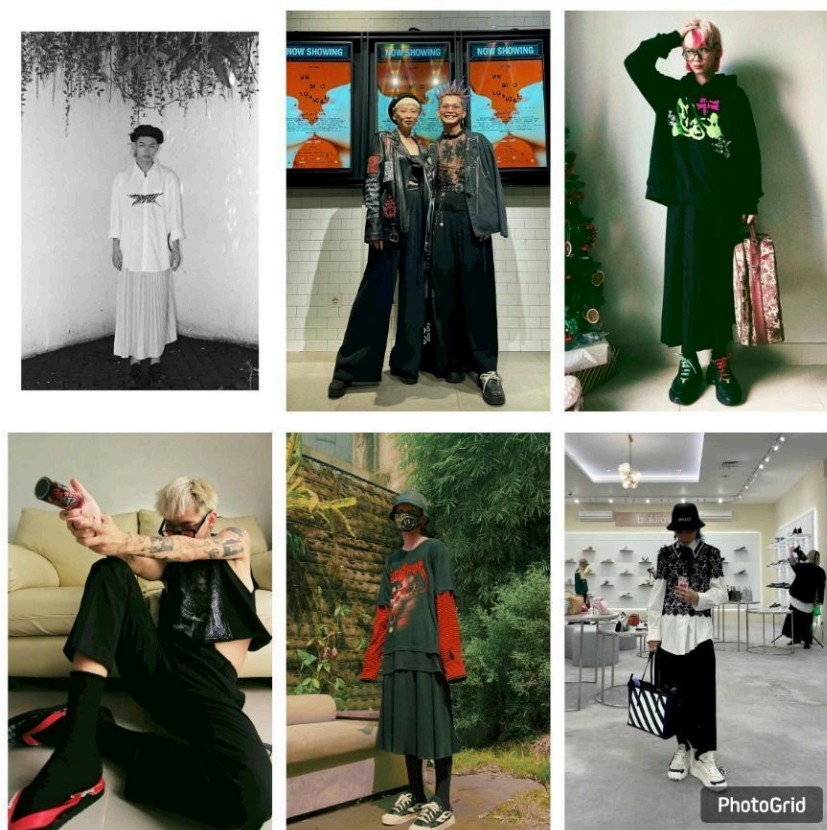
Analisis data dilakukan secara bertahap, dimulai dengan mengidentifikasi makna denotasi dari setiap elemen visual seperti busana, pose, dan latar, kemudian menafsirkan makna konotasi sesuai konteks budaya dan tren fashion, serta menemukan makna mitos yang mengungkap bagaimana fashion berfungsi sebagai sarana kebebasan berekspresi dan penegasan identitas gender yang cair (Damayanti, 2023; Lestari, 2021). Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data, yaitu membandingkan data dari hasil observasi dengan berbagai sumber literatur dan dokumen pendukung, sehingga interpretasi makna menjadi lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Alfansyur & Mariyani, 2020; Winaryati, 2019). Dengan menggunakan metode ini, diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai praktik fashion sebagai bentuk performativitas identitas di media sosial.

### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan analisis semiotika Roland Barthes pada unggahan foto di akun Instagram *@nathanael.moss* selama periode 2020–2023, ditemukan bahwa fashion yang dipilih dan ditampilkan Nathanael berfungsi sebagai medium komunikasi non-verbal untuk menegaskan identitas diri yang bersifat cair dan menantang norma gender konvensional. Dari enam unggahan foto yang dianalisis, terlihat bahwa Nathanael

secara konsisten memadukan elemen busana maskulin dan feminin, seperti penggunaan rok, renda, legging, mesh top, anting, hingga aksesoris dengan gaya yang mencolok. Pilihan fashion tersebut bukan hanya menonjolkan aspek estetika, tetapi juga membawa pesan simbolik yang menunjukkan sikap berani untuk mengekspresikan kebebasan diri tanpa terikat oleh stereotip maskulinitas yang kaku.

Pada tahap analisis denotasi, setiap elemen visual di foto menunjukkan objek nyata berupa pakaian, aksesoris, pose tubuh, dan latar tempat yang sengaja dipilih untuk mendukung citra gaya gender fluid dan androgini. Secara konotasi, perpaduan fashion pada akun Instagram @nathanael.moss menunjukkan penolakan terhadap aturan berpakaian tradisional laki-laki di Indonesia. Pakaian feminin seperti rok, legging, dan renda, yang secara budaya sering dilekatkan pada citra perempuan, diubah maknanya oleh Nathanael menjadi simbol kebebasan ekspresi gender. Aksesoris mencolok seperti anting panjang, tas bermotif bunga, serta mutiara juga menguatkan pesan visual tentang pergeseran batas maskulinitas dan femininitas. Pada tingkatan mitos, fashion yang ditampilkan Nathanael memuat ideologi bahwa identitas gender merupakan sesuatu yang dapat dinegosiasikan melalui praktik performatif apabila dilakukan secara terus menerus. Hal ini mendukung dengan pandangan Judith Butler dalam penelitian (Octaviani, 2021; Rohmatul Inayah & Agus Fauzi, 2024) dengan ungkapan bahwa gender bukanlah sesuatu yang tetap, melainkan dibentuk melalui tindakan berulang, seperti cara berpakaian dan berpenampilan di ruang publik, termasuk media sosial.



*Enam foto fashion unggahan dalam akun Instagram  
@nathanael.moss dari tahun 2020-2023*

Hasil analisis ini juga menunjukkan bahwa Instagram berperan penting sebagai panggung virtual di mana performativitas identitas ini dilakukan. Melalui unggahan Instagram, Nathanael tidak hanya membagikan foto, tetapi juga membangun narasi identitas yang bebas, cair, dan berbeda dari pandangan norma umum masyarakat di Indonesia. Media sosial menjadi ruang alternatif bagi ekspresi gender non-konvensional serta tempat untuk meraih dukungan dan validasi dari audiens secara luas. Dalam konteks ini, fashion tidak hanya menjadi alat komunikasi personal, tetapi juga dapat dijadikan untuk membentuk citra diri. Secara keseluruhan, hasil pembahasan ini menegaskan bahwa akun Instagram @nathanael.moss menggunakan fashion sebagai praktik performatif untuk membentuk identitas diri, menegosiasikan batas maskulinitas serta femininitas, serta menunjukkan keberanian untuk mendobrak stereotip gender konvensional. Temuan ini memperkuat teori performativitas gender Judith Butler dan memperkaya pemahaman tentang bagaimana semiotika dalam hal fashion dengan melalui media sosial dapat menjadi sarana komunikasi non-verbal yang efektif dalam membangun makna identitas di era digital.

## Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, dapat disimpulkan bahwa fashion yang ditampilkan pada akun Instagram @nathanael.moss berfungsi sebagai sarana komunikasi non-verbal untuk membentuk, menegaskan, dan menegosiasikan identitas diri secara performatif. Pemilihan pakaian dengan memadukan elemen maskulin dan feminim, serta penggunaan aksesoris menjadi strategi visual untuk menantang batas-batas norma gender tradisional yang masih melekat kuat dalam pandangan masyarakat Indonesia. Melalui teori performativitas gender Judith Butler dan analisis semiotika Roland Barthes, penelitian ini menunjukkan bahwa identitas gender bukanlah sesuatu yang tetap, tetapi terus dibentuk melalui tindakan berulang, salah satunya melalui fashion di ruang digital. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi panggung terbuka yang memungkinkan individu seperti Nathanael untuk menampilkan citra diri yang lebih cair, bebas, dan di luar stereotip maskulinitas konvensional.

## Daftar Pustaka

- Achmad, M. (2026). *PENGARUH TERPAAN IKLAN MILLS SPORT X MARC KLOK DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA FOLLOWERS*. 03(01), 1–9.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Ananda Muhamad Tri Utama. (2022). *KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL DI MEDIA TENTANG KONTROVERSIAL HUKUM WAYANG PERSPEKTIF ISLAM (STUDI FRAMING PEMBERITAAN USTADZ KHALID BASALAMAH DI REPUBLIKA ONLINE)*. 9, 356–363.
- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram ( Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo , @Bidadarisurga , dan @papuan \_ girl ). *Paradigma*, 04(03), 1–13. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/16891/15348>
- Damayanti, M. F. (2023). *Representasi Peran Ibu Dalam Film Ali Dan Ratu-Ratu Queens*.
- Lestari, F. A. (2021). *Representasi Perjuangan Hidup Dalam Film Parasite (Analisis Semiotika Roland Barthes)*.
- Maradutua, R., Manalu, T., & Dharma, T. (2024). *Ketergantungan Mahasiswa Dalam Penggunaan Instagram Guna Mencari Informasi*. 2(2).
- Octaviani, S. A. (2021). Performativitas dan Komodifikasi Androgini di Media Sosial. *Jurnal Kawistara*, 11(2), 186. <https://doi.org/10.22146/kawistara.v11i2.65442>
- Paramita, S., & Chaniago, A. (2018). Representasi Identitas Tomboy Dalam Film Inside Out. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.30813/S:JK.V11I2.1169>
- Ramadhanti, N. (2021). *Representasi Genderless Fashion Pada Street Fashion Jepang (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Instagram @Tokyofashion)*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/185183/>
- Rohmatul Inayah, Z., & Agus Fauzi, M. (2024). Pembebasan Seksualitas dan Gender dalam Film The Danish Girl Studi Analisis Teori Performativitas Judith Butler. *Paradigma*, 13(1), 131–140.
- Rukhmana, T. (2021). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>
- Winaryati. (2019). Action Research dalam Pendidikan (Antara Teori dan Praktek). *Unimus Press*, 124–135. <http://repository.unimus.ac.id/>