

# Representasi identitas seksual gay di YouTube

Yuni Khoiril Fatimah<sup>a1</sup>, Poppy Febriana<sup>b2\*</sup>

<sup>ab</sup>Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Jawa Timur, 61215, Indonesia

<sup>1</sup>itsmeyunaiyuni@gmail.com; <sup>2</sup>poppyfebriana@umsida.ac.id

## SEJARAH ARTIKEL

Diterima: 2 Februari 2023  
Direvisi: 24 Maret 2023  
Disetujui: 31 Maret 2023  
Diterbitkan: 13 April 2023

### \*Corresponding

[poppyfebriana@umsida.ac.id](mailto:poppyfebriana@umsida.ac.id)



[10.22219/satwika.v7i1.24860](https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.24860)



[jurnalsatwika@umm.ac.id](mailto:jurnalsatwika@umm.ac.id)

**How to Cite:** Fatimah, Y. K., & Febriana, P. (2023). Representasi identitas seksual gay di Youtube. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7(1), 90-102. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.24860>



## ABSTRAK

Salah satu platform digital di era Media Baru (*New Media*) yang paling diminati adalah YouTube. Selain menjadi tempat untuk mengembangkan kreativitas, media sosial YouTube juga menjadi ruang kebebasan berekspresi bagi kelompok minoritas seksual, seperti gay. Penelitian ini berfokus pada realitas kehidupan yang terjadi pada pasangan gay di era Media Baru (*New Media*), khususnya YouTube. Penelitian bertujuan mengetahui bagaimana representasi identitas orientasi seksual gay di YouTube. Pendekatan yang digunakan yakni deskriptif kualitatif. Penelitian menggunakan teori analisis semiotik milik Roland Barthes. Hasil penelitian ini adalah representasi YouTuber gay yang muncul dalam kanal YouTube Max & Yos menggambarkan pesan mengenai cara pasangan gay berekspresi dan menampilkan identitas mereka di media sosial YouTube. Identitas gay sebagai sesama jenis yang telah melangsungkan pernikahan di Amerika ditampilkan secara lugas dalam bentuk video *coming out*, digital token berupa teks judul, kalimat yang diungkapkan, gestur, foto profil, adegan romantis, gambar, ikon, dan *thumbnail* video yang diunggah. Selain itu identitas juga muncul dalam bentuk *taste performance* yang bisa dilihat dari pemilihan warna di setiap video. Dapat disimpulkan bahwa Max & Yos dalam kanal YouTube pribadinya bebas berekspresi dan menerima identitas seksual gay sebagai bagian dalam diri mereka tanpa mempermasalahkan penolakan atau respon negatif yang diterima di media sosial.

**Kata kunci:** *gay; new media; representasi; semiotika*

## ABSTRACT

*YouTube is one of the most popular digital platforms in the new media era. Besides being a place to develop creativity, YouTube is also a space for freedom of expression for sexual minority groups such as gays. This research focuses on the realities of gay couples' life in the new media era, especially YouTube. This study aims to determine how gay sexual orientation identities are represented on YouTube. The approach used in this research is descriptive qualitative. The theory of this research used is Roland Barthes's semiotic analysis. The results of this study are representations of gay YouTubers that appear on the Max & Yos YouTube channel about messages on how gay couples express and present their identities as same-sex couples on YouTube social media. Gay identity as same-sex people who have married in America is displayed straightforwardly in the form of coming-out videos, digital tokens in the title text, spoken sentences, gestures, profile photos, romantic scenes, images, icons, and uploaded video thumbnails. Apart from that, identity also appears in the form of taste performance can be used from the colour selection in each video. It can be concluded that Max & Yos, in their personal YouTube channel, are free to express themselves and accept gay sexual identity as part of themselves without questioning the rejection or negative responses received on social media.*

**Keywords:** *gay; new media; representation; semiotics*



## PENDAHULUAN

Perubahan teknologi media analog menjadi media dengan bentuk digital disebut dengan era media baru (*New Media*). Salah satu kategori adanya new media adalah jaringan internet. Internet terkenal sebagai new media, dan new media mengandalkan komputer untuk mengakses situs web (Vera, 2016). Media baru dengan kekuatannya mampu menguasai teknologi internet dalam transformasi masyarakat saat ini (Sholichah & Febriana, 2022). Hal ini memudahkan siapa saja dapat mengakses informasi atau hiburan dalam jangkauan yang luas dan tak terbatas karena new media mampu menghilangkan batas sebuah ruang antar negara, bahkan menghilangkan batas antara jarak maupun waktu (Muqsyith, 2021).

Hadirnya new media juga ditandai dengan munculnya platform digital, salah satunya media sosial YouTube. YouTube merupakan layanan milik Google yang memberikan fasilitas bagi penggunaannya untuk mengunggah video serta diakses pengguna lainnya secara gratis (Rohman & Husna, 2017). Platform digital ini disediakan bagi penonton yang ingin mencari informasi dalam bentuk video atau 'gambar bergerak'. Baskoro (2009) berpendapat setiap pengguna YouTube dapat berpartisipasi mengunggah video ke dalam kanal YouTube pribadi dan membagikannya secara luas. YouTube adalah salah satu media yang menyediakan database video paling populer, lengkap, dan beragam di internet (Amir, 2016).

Dalam pengaplikasiannya, YouTube di era new media ini memberikan informasi yang jarang ditemukan dalam media konvensional seperti isu yang menyangkut budaya barat (k-pop), maskulinitas, dan seksualitas seperti perilaku menyimpang atau homoseksual (Malau, 2011). Homoseksual yang terjadi pada seorang laki-laki dapat dikatakan sebagai seorang gay. Sedangkan perilaku menyimpang homoseksual pada perempuan dapat disebut seorang lesbian. Istilah gay merujuk pada homophile bagi laki-laki (Oetomo, 2001). Kata gay sering dikenal sebagai homoseksual, berasal dari dua kata yakni homo yang artinya sama dan seksual yang identik dengan hubungan kelamin. Homoseksual juga mengacu pada daya tarik secara emosional, adanya hubungan kasih sayang tanpa atau dengan hubungan secara fisik.

Media sosial YouTube berperan sebagai ruang mengekspresikan diri dan menjadi wadah bagi gay untuk melakukan perlawanan terhadap isu yang berkembang di

masyarakat (Anugrahanti, 2020). Hasil penelitian (Prakoso, 2017) menyebutkan bahwa gay yang telah mengungkapkan identitas atau jati diri baik dari perilaku, pikiran, emosi, dan perasaan secara sadar dan terbuka dapat disebut coming out. Penelitian (Nabilah & Kurnia, 2015) menyebutkan bahwa media internet menjadi 'tempat yang aman' bagi pasangan gay dan menjadi ruang virtual maya yang menyediakan tempat untuk melakukan proses coming out secara bebas serta berperan dalam pengakuan identitas gay.

Internet memudahkan siapa saja untuk berinteraksi dengan pemanfaatan ruang publik virtual di dalamnya. Tak hanya kaum mayoritas, kelompok minoritas seksual seperti homoseksual atau gay memanfaatkan ruang virtual internet untuk melakukan tindakan sosial dalam mempengaruhi kelompok pro (pendukung) dan kontra (non pendukung), sekaligus tindakan memunculkan pesan untuk berinteraksi dan mengonstruksi kelompok sebagai realitas (Febriani, 2020).

Kemudian ada hasil penelitian oleh (Puspita, 2015) dengan judul "Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay" yang juga menyebutkan bahwa proses komunikasi yang berlangsung lewat internet memudahkan LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender) dalam membuka identitas mereka yang dianggap 'negatif' oleh masyarakat, dimana mereka mendapat diskriminasi di dunia nyata (realitas).

Penelitian terkait gay cukup banyak, baik berupa publikasi atau bukan, skripsi, jurnal, laporan, riset, dan sebagainya. Namun, peneliti belum menemukan kajian gay yang fokus pada kacamata semiotik dari kanal YouTube pribadi, meskipun ada beberapa hasil dari penelitian yang menjelaskan gay lewat YouTube. Dari hasil penelitian yang relevan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengkaji perilaku gay secara langsung dari individu yang bersangkutan. Fokus utama penelitian ini adalah mengetahui bagaimana identitas seksual gay dibentuk melalui kanal YouTube pribadi.

Media sosial YouTube memiliki karakter User Generated Content (UGC) yang berarti setiap konten yang akan diunggah dapat ditentukan oleh pemilik akun itu sendiri (Anugrahanti, 2020). Artinya setiap pengguna berhak mengunggah konten sesuai apa yang akan disampaikan kepada khalayak. Dalam konteks YouTube saat ini, vlog atau video menjadi salah satu bentuk UGC yang menjadi perhatian. Media sosial dapat menjadi

ruang bagi kelompok minoritas seksual gay untuk berbagi cerita, pengalaman, emosi, perasaan, dan sikap dalam konteks kehidupan sehari-hari.

Tidak adanya batasan antara pengguna (user) dan penonton (audience) di YouTube membuat seseorang dengan spektrum gay dapat dengan bebas mengekspresikan identitas mereka. Adanya YouTuber yang mengekspresikan identitasnya sebagai gay tidak menutup kemungkinan memberi ruang dan kesempatan bagi pasangan sesama jenis lainnya untuk speak up (berbicara) terkait identitas mereka di media sosial YouTube. Adanya media sosial dinilai dapat menjadi tempat dalam memberikan atau menerima informasi sekaligus memudahkan gay dalam proses keterbukaan diri.

Pembatasan subjek pada penelitian ini didasari pada realita dimana gay dapat digambarkan sebagai laki-laki yang berpenampilan rapi, maskulin, gagah layaknya laki-laki pada umumnya (tidak seperti waria). Di Indonesia terdapat beberapa figur seksual gay seperti Yos (dalam kanal YouTube Max & Yos), Ragil Mahardika (dalam kanal YouTube Karo Jerman RagilFred), Wisnu Nugroho (dalam kanal YouTube Keluarga Bahagia di Perancis), dan Artos Olla (dalam kanal YouTube Artos Olla).

Dalam proses pembentukan identitas Sebagai seorang gay, Erikson (1994) berpendapat bahwa identitas dapat dibentuk oleh beberapa factor, di antaranya 1) lingkungan sosial yang menjadi ruang bagi tumbuh kembangnya remaja seperti keluarga, teman, dan masyarakat 2) identitas yang terbentuk atas latar belakang yang sama di maan nilai serta peran yang ditampilkan dapat menjadi panutan bagi seseorang, 3) adanya seseorang yang menjadi idola yang sangat berarti dalam proses pembentuk identitas. Sedangkan representasi bisa dikatakan kegiatan yang mewakili sesuatu, menampilkan ulang, dan merupakan cara dalam memaknai apa yang ditampilkan, baik benda maupun teks. Teks yang dimaksud bisa berupa tulisan, gambar, dan audio visual (Alamsyah, 2020).

Semiotika artinya metode atau ilmu tentang tanda yang memungkinkan seseorang untuk menganalisis sistem simbolik secara sistematis. Pada penelitian terhadap kanal YouTube Max & Yos maka peneliti akan menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Barthes berpendapat bahwa semiotika mempelajari bagaimana humanisme (kemanusiaan) memaknai sebuah objek memberikan informasi, sebuah objek akan berkomunikasi, sekaligus mengkonstitusi dari sistem

terstruktur dari tanda yang muncul (Nurimba & Muhiddin, 2021).

<b>1. Signifier</b> (penanda)	<b>2. Signified</b> (petanda)
<b>3. Denotative Sign</b> (tanda denotatif)	
<b>4. Connotative Signifier</b> (penanda konotatif)	<b>5. Connotative Signified</b> (petanda konotatif)
<b>6. Connotative Sign</b> (tanda konotatif)	

Gambar 1. Tanda Roland Barthes

Gambar 1 menjelaskan bagaimana sistem tanda bekerja menurut Roland Barthes. Diketahui denotatif terdiri dari penanda (signifier) dan petanda (signified). Penanda sendiri terdiri dari bunyi, tulisan, coretan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, ditulis, dan dikatakan. Petanda merupakan ilustrasi mental dari penanda. Singkatnya, penanda (signifier) merupakan teks dan petanda (signified) merupakan konteks dalam sebuah tanda (Nurimba & Muhiddin, 2021).

Di lain sisi, tanda denotatif merupakan penanda konotatif, yang berarti sebuah konotasi dan dapat diartikan makna dari sebuah kata berdasarkan atas pikiran yang muncul atau sengaja ditampilkan pada penulis dan pembaca. Sedangkan denotasi secara luas diartikan sebagai makna yang sesungguhnya (harafiah) dengan penggunaan bahasa yang tepat sesuai apa yang terucap. Barthes dalam sistem kerja tanda miliknya berpendapat bahwa denotasi diartikan sebagai signifikasi di tingkat awal, sedangkan konotasi diartikan sebagai signifikasi tingkat kedua.

Mitos dalam kerangka kinerja Barthes terdiri atas penanda, petanda, dan tanda. Mitos merupakan sebuah tanda yang memiliki konotasi dan berubah menjadi denotasi, dimana pesan denotasi yang muncul akan menjadi mitos (nilai dominan dan berlangsung secara berulang-ulang yang telah disepakati oleh masyarakat) (Anugrahanti, 2020).

Manfaat dari penelitian ini adalah mengembangkan kajian perubahan sosial di era new media yang terkait dengan gender terutama perilaku seksual gay dari kacamata semiotika. Bagaimana media YouTube menjadi tempat alternatif bagi kelompok seksual gay mengekspresikan identitas mereka (coming out).

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori analisis semiotika milik Roland Barthes. Bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena sosial dengan bentuk tulisan dan lisan dalam rangka menemukan makna yang sesungguhnya. Analisis semiotika adalah analisis yang digunakan sebagai klasifikasi pertanda sesuai dengan makna makna (Anugrahanti, 2020). Menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes karena menekankan makna tidak tersirat yang tampak dari sebuah tanda serta menghasilkan makna signifikasi tingkat kedua yakni konotasi atau mitos yang merefleksikan tanda tersebut. Mitos terjadi berlangsung secara berulang-ulang dan telah berkembang.

Objek penelitian ini adalah kanal YouTube Max & Yos. Jika membandingkan kanal YouTube milik Max & Yos dengan kanal YouTube gay lainnya, angka viewers setiap konten bisa mencapai lebih dari 100 ribu pengguna YouTube. Begitu juga dengan angka subscriber Max & Yos yang lebih unggul. Dari angka tersebut membuktikan pengguna YouTube mempunyai interest (ketertarikan) terkait konten dalam kanal YouTube Max & Yos. Alasan ini mendorong peneliti untuk memilih kanal YouTube Max & Yos sebagai objek penelitian. Tabel 1 berisikan perbandingan jumlah subscribers, views, dan video yang diunggah dalam kanal YouTube Max & Yos, KaroJerman RagilFred, Keluarga Bahagia di Perancis, dan Artos Olla (per tanggal 12 Januari 2023).

**Tabel 1. Jumlah Perbandingan Subscribers, Views, dan Video Kanal Youtube Max & Yos, KaroJerman Ragilfred, Keluarga Bahagia Di Perancis, dan Artos Olla**

Kanal YouTube	Subscribers	Views	Jumlah Video
Max & Yos	1,32 juta	100.585.628 x ditonton	72
KaroJerman RagilFred	145 ribu	26.751.773 x ditonton	322
Keluarga Bahagia di Perancis	82,5 ribu	35.768.048 x ditonton	896
Artos Olla	34,5 ribu	12.234.858 x ditonton	125

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diantaranya dengan melakukan (1) observasi non participant terhadap kanal YouTube Max & Yos; (2) menggunakan dua sampel video yang berjudul “Max Mengejutkanku Di Hari Jadi Pernikahan Kita- (Indo

Sub)” dan “Ngedate Sama Suamiku Yang Nakal (Indonesian Sub)” sebagai objek penelitian dengan purposive sampling yaitu jumlah viewers minimal 100 ribu, durasi video minimal 10 menit, konten diunggah maksimal satu tahun yang lalu (per tanggal 12 Januari 2023); (3) menggunakan 3 thumbnail video dalam kanal YouTube Max & Yos sebagai bentuk first impression seorang gay kepada audience; (4) menganalisis teks rekaman dalam video coming out YouTube Max & Yos yang berjudul “Cerita Aku Melarikan Diri Dari Indo Karena Aku Gay”.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer seperti tangkapan layar (screenshot), tulisan, video, dan foto. Sedangkan data sekunder diambil dari literature buku, jurnal atau penelitian terdahulu, dan sumber dari data internet yang mendukung penelitian yang valid dimana informasi yang diberikan berhubungan sekaligus menjadi bahan penelitian untuk dianalisis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

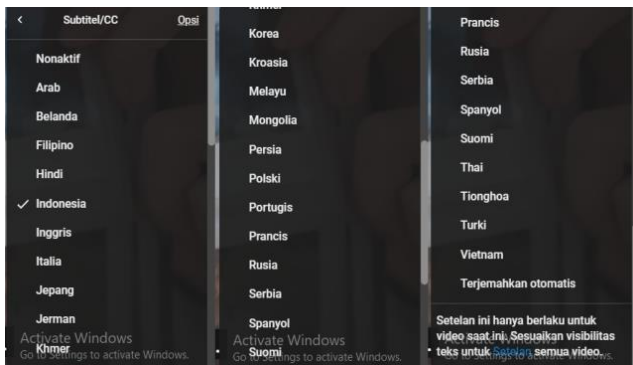
Berikut dipaparkan hasil analisis semiotika representasi identitas *gay* dalam kanal YouTube Max & Yos. Dalam analisisnya, peneliti menemukan beberapa tanda yang mendeskripsikan bagaimana identitas *gay* dibentuk di YouTube.

### Kanal YouTube Max & Yos

Yos merupakan seorang YouTuber asal Indonesia yang memilih menetap di Amerika bersama pria asal Kanada yang kerap disapa ‘Max’ dan menggunakan media sosial YouTube untuk membuka diri dan berekspresi lewat video yang diunggah sebagai pasangan seksual *gay*. Kanal YouTube Max & Yos aktif mengunggah konten pada 1 Februari 2020 dengan judul “Cerita Aku Melarikan Diri Dari Indo Karena Aku Gay” dan telah ditonton sebanyak 3.369.079 pengguna YouTube (per tanggal 12 Januari 2023).

Gambar 2 menampilkan subtitle (teks terjemahan) dalam setiap video yang diunggah Max & Yos di YouTube. Artinya, video yang sengaja diunggah Max & Yos dapat ditonton oleh pengguna YouTube (*audience*) di berbagai negara secara bebas. Beberapa teks terjemahan yang dapat dipilih oleh audience adalah Arab, Belanda, Filipino, Hindi, Indonesia, Inggris, Italia, Jepang, Jerman, Khmer, Korea, Kroasia, Melayu, Mongolia, Persia, Polski, Portugis, Prancis, Rusia, Serbia, Spanyol, Suomi, Thai, Tionghoa, Turki, Vietnam, Terjemahan Otomatis.

Beberapa *playlist* (kumpulan video) yang diunggah Max & Yos dalam kanal YouTube pribadinya antara lain “*Vlogs, Challenges, Traveling, Holidays, Get To Know Us, Our Routine, Max Cam*”. Kanal YouTube ini tergabung pada 6 Juni 2019 dengan deskripsi “*Max and Yos doing the sweets*” yang artinya “Max dan Yos melakukan sesuatu yang manis”, yang berarti dalam kanal pribadinya ini Max & Yos membagikan kegiatan romantis keduanya sebagai pasangan. (Asmara & Valentina, 2018) menyatakan dalam konteks pembentukan orientasi perilaku homoseksual, dimana laki-laki mendapat pujian dari perilakunya sebagai homoseksual, maka individu akan mengembangkan perilaku tersebut.



Gambar 2. Subtitle Kanal Youtube Max dan Yos

Diketahui keduanya telah melangsungkan pernikahan pada 25 Juli 2018. Dengan jumlah *subscribers* sebanyak 1,32 juta dan *views* sebanyak 100.585.628 x ditonton oleh pengguna YouTube (per tanggal 12 Januari 2023) dibanding jumlah *subscribers* dan *views* kanal YouTube pasangan *gay* lainnya, artinya Max & Yos sudah memiliki ‘tempat’ bagi *audience* di ruang virtual YouTube.

### Scene dalam Kanal YouTube Max & Yos

Dari hasil penelitian penulis menemukan beberapa tanda yang merepresentasikan identitas seksual *gay* dalam kanal YouTube Max & Yos yang kemudian dianalisis melalui pendekatan semiotika Roland Barthes sebagai berikut. Beberapa tanda yang dapat menghasilkan arti sebagai identitas seksual *gay* yaitu lewat *scene* video, foto profil kanal YouTube Max & Yos, teks rekaman, dan video *coming out* Yos sebagai seorang seksual *gay*. Gambar 3 merupakan *scene* pertama yang dianalisis dalam sampel video yang berjudul “*Max Mengejutkanku Di Hari Jadi Pernikahan Kita- (Indo Sub)*”.

Hasil representasi seksual *gay* dari gambar 3 sesuai analisis Roland Barthes terkait penanda (signifier),

petanda (signified), denotatif, dan konotatif adalah sebagai berikut:

1. Penanda (signifier) : ditampilkan sebuah adegan romantis di hari pernikahan (anniversary) yang dilakukan pasangan Max & Yos di dalam lift.

2. Petanda (signified) : menampilkan bagaimana sikap hangat dan penuh cinta agar suasana terlihat lebih intens (dalam) kepada pasangan di hari istimewa serta perlakuan manis yang diberikan Max kepada Yos dan sebaliknya sebagai bentuk kasih sayang selama berjalannya empat tahun pernikahan.

3. Tanda denotatif (denotative sign) : adanya kecupan bibir oleh Max & Yos di dalam lift, penggunaan kombinasi warna busana yaitu putih dan soft pink, kalimat yang diucapkan Yos (kanan) kepada Max (kiri) ‘Yeah. Just spending time with you is special’ yang berarti ‘Ya. Hanya menghabiskan waktu bersamamu itu istimewa’, sikap Yos (kanan) merangkul pundak Max (kiri), terjadinya kontak mata yang intens oleh pasangan Max (kiri) & Yos (kanan).

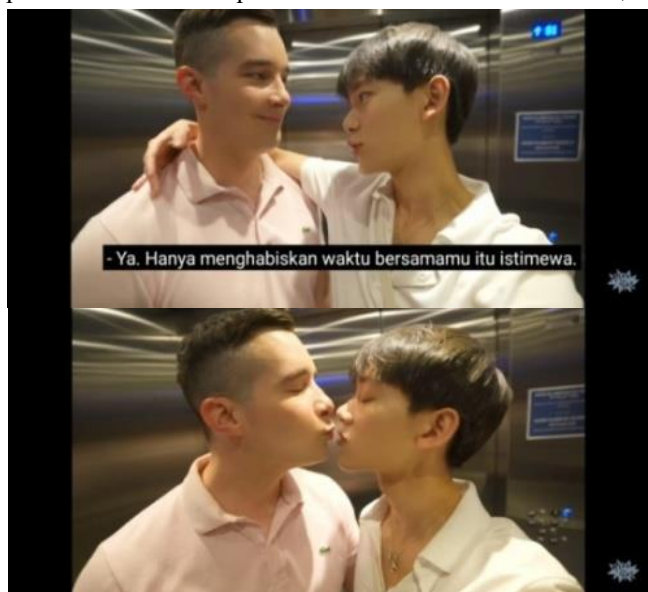
4. Penanda konotatif (connotative signifier): beberapa adegan memberikan makna yang terkesan romantis dan penuh cinta, (a) kecupan bibir yang bermakna mengekspresikan cinta kepada pasangan; (b) kombinasi warna putih dan soft pink memiliki kesan sederhana dan santai namun manis saat berkencan; (c) kalimat romantis yang diberikan Max kepada Yos adalah ungkapan sederhana yang dapat membahagiakan hati pasangan; (d) sikap merangkul pundak dengan cepat bermakna dukungan, sentuhan, memberikan semangat, menunjukkan keakraban, bahkan lebih. Penelitian oleh (Della, 2014) menyatakan bahwa sentuhan dapat melengkapi makna pesan verbal yang disampaikan; (e) Kontak mata dapat diartikan sebagai fungsi ekspresif yang bertujuan memberitahu seseorang terkait perasaan yang dirasakan (A’yuni, 2019).

5. Petanda konotatif (connotative signified) : menampilkan konsep hubungan yang hangat, romantis, dan penuh cinta. Sama halnya ketika pasangan pada umumnya (pasangan lawan jenis) merayakan anniversary dengan memberi kejutan-kejutan sederhana, menghabiskan momen bersama, bersikap romantis sepanjang waktu dengan tujuan menjaga keharmonisan hubungan.

6. Tanda konotatif (connotative sign) : pesan tentang pentingnya perlakuan romantis agar pasangan bisa merasa lebih dicintai, diperhatikan, dibutuhkan secara nyata, serta menjadikan hubungan lebih hidup dan bermakna. Ungkapan yang indah dan manis mampu meluluhkan hati. Menurut (Wijayanti et al., 2022)

penggambaran yang ditampilkan cenderung lebih halus dapat dimaknai bahwa perasaan pasangan sudah diterima.

Dari [gambar 3](#) menunjukkan bagaimana Max & Yos terlihat bahagia dengan adegan yang romantis. Sesuai dengan temuan penelitian (Asmara & Valentina, 2018) menyatakan seseorang dapat menjadi gay ketika mendapat pengalaman seksual menyenangkan dengan seseorang dari jenis kelamin yang sama atau mendapat perlakuan menyakitkan dari jenis kelamin yang berbeda. Terbukanya Max & Yos sebagai pasangan seksual gay di YouTube erat kaitannya dengan proses coming out (proses membuka identitas diri dari segi perilaku, pikiran, emosi, dan perasaan secara sadar dan terbuka).



**Gambar 3. Video 1 “Max Mengejutkanku Di Hari Jadi Pernikahan Kita- (Indo Sub)” (Scene 1: 4.36-4.40)**

Gambar 4 merupakan scene kedua yang dianalisis dalam sampel video yang berjudul “Max Mengejutkanku Di Hari Jadi Pernikahan Kita- (Indo Sub)”. Hasil representasi seksual gay dari gambar 4 sesuai analisis Roland Barthes terkait penanda (signifier), petanda (signified), denotatif, dan konotatif adalah sebagai berikut:

1. Penanda (signifier) : foto di hari pernikahan Max & Yos yang dikemas dalam bentuk album, segelas wine yang diminum di hari anniversary pernikahan.

2. Petanda (signified) : momen memperingati hari pertama Max & Yos melangsungkan pernikahan sekaligus merayakan anniversary empat tahun pernikahan.

3. Tanda denotatif (denotative sign) : Yos menunjukkan foto album pernikahan mereka, segelas wine atau anggur yang dipegang oleh Max (kiri) dan Yos (kanan), Yos mengatakan ‘today was unexpectedly a very special day’ yang berarti ‘hari ini secara tak terduga

adalah hari yang sangat istimewa’, sikap Yos (kanan) merangkul pundak Max (kiri), terjadinya kontak mata yang intens oleh pasangan Max (kiri) & Yos (kanan).

4. Penanda konotatif (connotative signifier) : beberapa momen yang menunjukkan perayaan anniversary:, yaitu (a) foto album pernikahan Max & Yos menunjukkan bagaimana mereka mengenang kembali perayaan istimewa. Dengan melihat album pernikahan, berarti mereka memiliki kesempatan untuk mengingat hari istimewa dan mengenang kembali hal-hal yang mungkin terjadi saat pernikahan; (b) segelas wine atau anggur yang dipegang oleh Max (kiri) dan Yos (kanan) sebagai tanda merayakan sesuatu yang istimewa. Menghabiskan waktu berdua dengan pasangan dengan ditemani wine dapat menambah kesan pada acara anniversary mereka; (c) kata-kata romantis yang diucapkan Yos kepada Max bermakna ucapan terima kasih dan pujian kepada pasangannya karena telah memperlakukan dirinya dengan penuh kejutan di hari spesial; (d) sikap merangkul pundak dengan cepat bermakna dukungan, memberikan semangat, dan menunjukkan keakraban atau lebih; (e) kontak mata yang intens menunjukkan sikap kasih sayang secara mendalam dan rasa saling memiliki antar pasangan.

5. Petanda konotatif (connotative signified) : konsep yang menggambarkan bagaimana Max & Yos sangat menikmati perayaan anniversary pernikahan. Hal inilah yang kemudian menunjukkan bahwa anniversary pernikahan termasuk salah satu momen penting dalam suatu hubungan. Momen istimewa tidak selalu dilakukan dengan mengeluarkan biaya yang besar. Melakukan anniversary dengan cara sederhana dapat membuat momen terasa berkesan dan istimewa.

6. Tanda konotatif (connotative sign) : pesan bagaimana pasangan memaknai anniversary bukan sekedar tanggal atau hari yang berkesan, melainkan juga memiliki makna pengingat akan perjuangan cinta dan kasih yang selama ini dijalani bersama. Perayaan anniversary dimaknai sangat penting dalam sebuah hubungan, bagaimana mereka mampu menjalani dan membangun komitmen bersama pasangan serta rasa cinta dari awal pernikahan hingga saat ini. Momen anniversary yang terjadi setahun sekali menjadi hari yang paling ditunggu-tunggu sebagai kesempatan untuk merekatkan kembali hubungan bersama pasangan seperti saat awal pernikahan dengan mengenang kembali masa-masa indah. Adanya obrolan atau ungkapan romantis dapat membangun suasana menjadi hangat dan lebih intim.

Album pernikahan dari [gambar 4](#) menunjukkan bagaimana perbedaan prosesi pernikahan yang dilakukan

Max & Yos dengan pernikahan pada umumnya. Pernikahan dilaksanakan secara simple (sederhana) cepat, dan modern di Amerika. Pernikahan sesama jenis semacam ini sudah dilegalkan di Amerika pada tahun 2015 (Rucirisyanti et al., 2017).



Gambar 4. Video 1 “Max Mengejutkanku Di Hari Jadi Pernikahan Kita- (Indo Sub)” (Scene 2: 13.11-14.00)

Lewat penelitian yang berjudul “Representasi Homoseksualitas Di YouTube (Studi Semiotika Pada Video Pernikahan Sam Tsui)” oleh (Rucirisyanti et al., 2017) menyebutkan dalam prosesi pernikahan sesama jenis tidak sesuai dengan kepercayaan yang dianut karena tidak adanya Pendeta yang memberkati pernikahan keduanya. Begitupun dengan pernikahan Max & Yos yang berlangsung secara sederhana dengan dihadiri beberapa kerabat. Judul video “Max Mengejutkanku Di Hari Jadi Pernikahan Kita- (Indo Sub)” memberikan persepsi bagi audience saat pertama melihat. Persepsi dapat diartikan sebagai proses pola pikir yang dialami oleh seseorang dalam menangkap informasi melalui pendengaran, penglihatan, atau penciuman (Reza, 2021).

Gambar 5 merupakan scene ketiga yang dianalisis dalam sampel video yang berjudul “Ngedate Sama Suamiku Yang Nakal (Indonesian Sub)”. Hasil representasi seksual gay dari gambar 5 sesuai analisis Roland Barthes terkait penanda (signifier), petanda (signified), denotatif, dan konotatif adalah sebagai berikut:

1. Penanda (signifier) : suasana obrolan Max & Yos yang merencanakan kencan sekaligus membuat vlog atau konten untuk kanal YouTube miliknya dengan judul ‘vlogging day = fun date day’.

2. Petanda (signified) : konsep sebuah konten yang menceritakan bahwa video yang diunggah pasangan Max & Yos berisikan kencan yang menyenangkan.

3. Tanda denotatif (denotative sign) : tulisan berwarna kuning ‘Max & Yos rule #1 vlogging day = fun date day’, Yos (kanan) mengatakan ‘when it’s a vlogging day, it’s like a fun date day’ yang berarti ‘saat hari vlogging, itu seperti hari kencan yang menyenangkan’, Max (kiri) menggoda Yos (kanan) dengan berkata ‘come on babe, take my hand and fly away’ yang berarti ‘ayo sayang, ambil tanganku dan terbang’, penampilan Yos terlihat casual dan seksi dengan memadukan hot pants berwarna hitam dan kaos putih polos lengan pendek.

4. Penanda konotatif (connotative signifier) : (a) tulisan ‘Max & Yos rule #1 vlogging day = fun date day’ menunjukkan bahwa dengan membuat konten atau vlog sama halnya dengan kencan yang menyenangkan bagi pasangan Max & Yos karena dapat menghabiskan waktu bersama (quality time); (b) pemilihan warna kuning pada tulisan berarti suasana yang ceria, menyenangkan, kebahagiaan. Penggunaan warna kuning dapat menciptakan energi, rasa optimis (kepercayaan diri), hingga suasana hati menjadi senang; (c) pada umumnya, panggilan ‘sayang’ merupakan nama yang dibuat untuk memanggil pasangan sebagai cara untuk menunjukkan rasa cinta agar lebih terlihat romantis; (d) penampilan yang simple saat berkencan dapat menunjukkan makna sederhana namun berkesan.



Gambar 5. Video 2 “Ngedate Sama Suamiku Yang Nakal (Indonesian Sub)” (Scene 3: 2.54-3.00)

5. Petanda konotatif (connotative signified) : konsep yang menunjukkan bagaimana Max & Yos menciptakan kebersamaan lewat kencan yang menyenangkan dan

romantis dengan aktivitas membuat vlog sehingga pesan yang ditampilkan dapat diterima audience. Ketika kita membuat konten bersama pasangan, sudah pasti kita menghabiskan waktu bersama dengan kencan seharian.

6. Tanda konotatif (connotative sign) : Pesan bagi pasangan bahwa salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menjaga romantisme pernikahan adalah dengan rutin melakukan kencan (date). Tak harus mewah, kencan bersama pasangan dapat dilakukan secara sederhana. Romantisme lebih mengutamakan perasaan dibanding dengan logika dalam berpikir. Romantisme yang bisa dilihat dari video adalah bagaimana masing-masing dari mereka saling mengungkapkan panggilan sayang untuk mengekspresikan cinta. Mereka menyampaikannya dengan aksi, dimana mereka melakukan sesuatu untuk membahagiakan pasangannya.

Panggilan 'sayang' yang dikatakan secara tegas oleh Max kepada Yos menjadi representasi identitas pasangan gay sebagai bentuk ungkapan cinta. Perasaan cinta terjadi ketika seseorang memiliki rasa tertarik atau suka terhadap orang lain (A'yuni, 2019).

Gambar 6 merupakan scene keempat yang dianalisis dalam sampel video yang berjudul "Ngedate Sama Suamiku Yang Nakal (Indonesian Sub)".



Gambar 6. Video 2 "Ngedate Sama Suamiku Yang Nakal (Indonesian Sub)" (Scene 4: 4.31-4.37)

Hasil representasi seksual gay dari gambar 6 sesuai analisis Roland Barthes terkait penanda (signifier), petanda (signified), denotatif, dan konotatif adalah sebagai berikut:

1. Penanda (signifier) : Yos dilihat dari segi perilaku, cara berbicara dengan gesture tubuh yang kemayu, serta

menggunakan perhiasan seperti cincin, pemilihan warna dalam berbusana yang dominan warna soft.

2. Petanda (signified) : konsep yang menunjukkan penampilan laki-laki dengan karakter feminim dan kemayu.

3. Tanda denotatif (denotative sign) : aksesoris cincin pernikahan dan kalung yang dikenakan Yos, Yos terlihat menggunakan make up (riasan wajah), gaya rambut 'medium bowl cut' ala pria Korea dengan menonjolkan fitur bentuk poni, gesture (gerakan tangan dan tubuh) yang terlihat anggun ketika Yos menutup mulut, ekspresi Yos ketika menggoda Max atas keterarikan Max pada laki-laki Asia dengan mengatakan 'you always want Asian food cause you like Asian boys' yang berarti 'Anda selalu mengingatkan makanan Asia karena Anda menyukai anak laki-laki Asia.'

4. Penanda konotatif (connotative signifier) : (a) cincin yang digunakan di jari manis Yos merupakan simbol bahwa pemakai sudah bertunangan atau berstatus pernikahan karena memakai cincin di jari manis bisa berarti ikatan janji, tergantung dari pemaknaan pemakainya; (b) kalung dipercaya sebagai lambang dari seseorang yang romantis. Mayoritas kalung dikenakan oleh perempuan karena dapat memberikan kesan kelembutan dan menjadikan bagian tubuh menjadi lebih feminim. Bahkan, jika laki-laki mengenakan kalung sekalipun, maka hal tersebut dapat menunjukkan sisi feminim dari laki-laki tersebut; (c) secara visual gaya rambut 'medium bowl cut' dengan fitur poni dapat memberikan kesan wajah yang bulat dan tampilan yang edgy (penampilan yang berkarakter dan khas) dari seorang Yos. Gaya rambut 'medium bowl cut' merupakan salah satu pemilihan OOTD (Outfit Of The Day) asal Korea. Dalam drama A Piece of Your Mind, model rambut 'medium bowl cut' diperankan oleh Jung Hae-in dengan rapi. Fakta menunjukkan bahwa Korean style mulai menjadi bagian dari masyarakat dalam berpenampilan (Wijayanti et al., 2022); (d) gesture (gerakan tangan dan tubuh) berada di mulut menandakan Yos berhenti berbicara dan menunjukkan sikap berfikir ketika Max bertanya 'what do you feel like?' yang berarti 'apa yang kamu rasakan?'; (e) ekspresi wajah Yos memerah yang menandakan tersipu karena menggoda Max dengan mengucapkan 'you always want Asian food cause you like Asian boys' yang berarti 'Anda selalu mengingatkan makanan Asia karena Anda menyukai anak laki-laki Asia'; (f) anak laki-laki Asia menunjukkan arti dimana Max menyukai Yos, laki-laki asal Indonesia yang termasuk negara di kawasan Asia Tenggara.



5. Petanda konotatif (connotative signified) : konsep bagaimana pesan dapat tersampaikan baik verbal maupun non verbal yang ditampilkan oleh YoTuber. Beragam tanda yang divisualisasikan oleh Yos memiliki makna seperti aksesoris, gesture, ekspresi, ungkapan secara lisan maupun tulisan, hingga emosi yang ditampilkan seperti pemalu, sensitif, dan lemah lembut.

6. Tanda konotatif (connotative sign) : pesan bagaimana laki-laki dengan identitas seksual gay menunjukkan ekspresi gender antara maskulin dan feminim menyatu. Fenomena semacam ini disebut laki-laki androgini, dimana laki-laki cenderung mengarah pada karakter feminim, namun tetap menjaga sisi maskulinnya di depan umum. Beberapa karakter feminim dapat dilihat dari cara berbicara yang halus, gesture (gerakan tangan dan tubuh) yang terlihat anggun, kemayu seperti penggunaan make up (riasan wajah), aksesoris, proporsi tubuh, fashion, hingga emosi yang ditampilkan seperti sensitif, pemalu, dan lemah lembut. Fashion dapat diartikan sebagai pengungkapan diri (kebebasan ekspresi) seseorang dalam berbusana ([Wijayakusuma, 2020](#)).

Sesuai hasil penelitian yang relevan oleh (A'yuni, 2019) menyatakan bahwa salah satu pasangan gay memiliki tingkah laku layaknya perempuan karena menyesuaikan perubahan dari karakteristik khas perempuan. Penelitian sebelumnya ([Rianawati, 2016](#)) juga menyebutkan bahwa salah satu karakteristik perilaku homoseksual adalah memiliki tingkah laku menyerupai perempuan dengan tingkah gemulai dan lemah lembut. Hal ini dapat diamati lewat gambar 6 yang menampilkan Yos cenderung memiliki kulit bersih, menggunakan aksesoris seperti cincin dan kalung, menggunakan make up, memiliki gesture yang kemayu. Sedangkan wajah Max cenderung memiliki wajah seorang laki-laki tulen sehingga terlihat lebih maskulin.

## Foto Profil Kanal YouTube Max & Yos

[Gambar 7](#) merupakan tangkapan layar foto profil kanal YouTube Max & Yos yang dianalisis sebagai representasi identitas seksual *gay*. Hasil representasi seksual gay dari gambar 7 sesuai analisis Roland Barthes terkait penanda (signifier), petanda (signified), denotatif, dan konotatif adalah sebagai berikut:

1. Penanda (signifier) : foto profil menampilkan photoshoot sepasang kekasih Max & Yos. Judul kanal adalah "Max & Yos".

2. Petanda (signified) : konsep foto yang menunjukkan bahwa pemilik kanal YouTube Max & Yos adalah sepasang kekasih.

3. Tanda denotatif (denotative sign) : foto profil menampilkan photoshoot pasangan kekasih, warna baju yang dipilih Max & Yos adalah senada yakni hitam, kanal YouTube bertuliskan "Max & Yos".

4. Penanda konotatif (connotative signifier) : (a) pemilihan gaya photoshoot dalam foto profil kanal YouTube Max & Yos menunjukkan identitas sebagai sepasang kekasih; (b) pemilihan warna baju yang senada menunjukkan bagaimana pasangan Max & Yos adalah pasangan yang serasi; (c) tulisan "Max & Yos" dalam kanal YouTube menunjukkan bahwa konten yang dibagikan seputar aktivitas Max & Yos sebagai pasangan seksual gay.

5. Petanda konotatif (connotative signified) : foto profil kanal YouTube yang ditampilkan melalui foto dan tulisan dapat mewakili bagaimana jalannya video atau konten yang diunggah.

6. Tanda konotatif (connotative sign) : Foto profil merupakan penggambaran dari karakter seseorang di media sosial yang ditampilkan dalam bentuk visual seperti fotografi. Foto profil bukan hanya gambar 'mati' yang tidak memiliki makna atau arti, melainkan sebagai ruang, media, dan citra seorang 'aku' dibentuk, kemudian dikomunikasikan ke orang lain ([Malik, 2020](#)).



Gambar 7. Profil Kanal YouTube Max & Yos

Seseorang yang dengan sengaja memasang foto berdua bersama pasangannya di sosial media cenderung memiliki karakter membutuhkan pengakuan dari orang di sekitar ([Pandiangan, 2018](#)). Artinya Max & Yos ingin menunjukkan kepada audience atau viewers bahwa dirinya memiliki seseorang yang selalu mendukung dan menyayangi satu sama lain. Foto bersama pasangan juga menunjukkan bahwa Max & Yos merupakan seseorang yang menghargai hubungannya satu sama lain.

## Teks Rekaman Video Max & Yos “Cerita Aku Melarikan Diri Dari Indo Karena Aku Gay”

Video dengan durasi 12.16 menit milik kanal YouTube Max & Yos yang berjudul “Cerita Aku Melarikan Diri Dari Indo Karena Aku Gay” diunggah pada 1 Februari 2020 dan menampilkan bagaimana Yos melakukan representasi coming out identitasnya sebagai seorang seksual gay.

*“New York was so incredible for me. I had a lot of firsts in New York, I had my first dates, I had my first boyfriend, I went to my first gay bar” (rekaman video pada menit ke 2.26-2.34).*

Terjemahan Indonesia:

*“New York memang sangat luar biasa, aku dapat pengalaman pertama banyak sekali, pertama kali ngedate, punya pacar laki-laki untuk pertama kalinya, ke bar gay pertama kali juga”.*

Kalimat yang diucapkan Yos memiliki makna bahwa dirinya adalah seorang gay. Hal ini diketahui dari kalimat Yos yang menyatakan ia memiliki kekasih laki-laki dan pergi ke bar gay untuk pertama kalinya. Bar gay menjadi istilah bagi tempat minum yang melayani pengunjung gay, lesbian, biseksual, dan transgender (LGBT).

Tempat semacam ini sudah menjadi pusat budaya bagi gay dan identitas gender yang beragam serta dapat melakukan interaksi dan sosialisasi secara terbuka, khususnya di New York, Amerika Serikat. Kata ‘boyfriend’ merupakan istilah yang sering digunakan oleh anak muda untuk menyebut pasangannya (laki-laki). Begitu juga dengan istilah ‘ngedate’ yang digunakan dalam memaknai aktivitas kencan untuk menghabiskan waktu bersama pasangan atau kekasih.

Hal ini bermakna secara sadar Yos mengatakan bahwa dirinya menjalin asmara dengan seorang laki-laki untuk pertama kalinya di New York. Kenyataan yang terjadi saat ini adalah semakin banyak jumlah pasangan gay yang melakukan coming out sebagai bentuk tuntutan akan persamaan hak dengan kaum heteroseksual (pasangan lawan jenis) karena mereka menganggap bahwa gay (pasangan sesama jenis bagi laki-laki) bukanlah hal yang sakit ([Oetomo, 2001](#)).

Dari pilihan diksinya, Yos menunjukkan bahwa dirinya ingin menjadi diri sendiri dan menikmati

kebebasan di Amerika di antara keluarganya yang religius.

*“Because everyone already knows that I’m Gay, so why does it matter anymore? Why can’t I just go out and be gay so that was my new perspective now. My new goal was for me to be able to go back to the United States somehow and then live my life the way I wanted to live” (teks rekaman pada menit ke 6.37-6.54)*

Terjemahan Indonesia:

*“Karena keluargaku sudah tahu kalau aku gay, jadi aku memutuskan untuk menjadi gay saja. Itu jadi perspektif baruku, harapanku yang baru untuk kembali ke USA dan menjalani hidup yang ingin aku jalani”.*

Kalimat menunjukkan bahwa Yos akan sebagai seorang gay. Hal ini sesuai dengan pembentukan identitas menurut [Erikson \(1994\)](#) yaitu (1) lingkungan sosial yang menjadi ruang bagi tumbuhkembangnya remaja seperti teman yang artinya lingkungan pertemanan Yos mempengaruhi pembentukan identitas gay terhadap Yos. Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa faktor tertinggi kedua dalam pembentukan identitas orientasi seksual seperti gay adalah pergaulan dan lingkungan ([Novita, 2021](#)); (2) identitas yang terbentuk atas latar belakang yang sama dimana nilai serta peran yang ditampilkan dapat menjadi panutan bagi seseorang dimana Yos menemukan kesamaan dengan lingkungannya saat di New York seperti ingin menjalani hidup tanpa ada tekanan dari keluarga; (c) adanya seseorang yang menjadi idola dan sangat berarti dalam proses pembentukan identitas dimana teman dan pacar laki-laki Yos sangatlah berarti bagi kehidupan Yos sebagai seorang seksual gay.

[Papalia \(2008\)](#) menyatakan seseorang dapat mengidentifikasi dirinya Sebagai seorang gay setelah berusia 15 tahun bahkan lebih. Video coming out yang diunggah pertama kali di kanal Youtube Max & Yos menunjukkan coming out (proses membuka identitas atau jati diri baik dari perilaku, pikiran, emosi, dan perasaan secara sadar dan terbuka) sebagai seorang gay. Hal ini membuktikan bahwa seseorang memiliki harga diri yang bernilai positif seperti merasa Bahagia dan bisa menerima atau menghargai dirinya sendiri ketika sudah sesuai dengan diri individu yang diinginkan ([Asmara & Valentina, 2018](#)).

## Thumbnail Video Pada Kanal YouTube Max & Yos

**Gambar 8** menunjukkan *thumbnail* video yang diunggah dalam kanal YouTube Max & Yos. Salah satu tujuan ditampilkan *thumbnail* video YouTube adalah mempermudah pemilik akun untuk memberikan pesan kepada *audience*. YouTube *thumbnail* merupakan gambar yang mewakili konten video dan merepresentasikan isi dari video yang diunggah ([Muttaqien, 2022](#)).



**Gambar 8.** *Thumbnail* pada Video Max & Yos

Hasil representasi seksual gay dari gambar 7 sesuai analisis Roland Barthes terkait penanda (*signifier*), petanda (*signified*), denotatif, dan konotatif adalah sebagai berikut:

1. Penanda (*signifier*) : beberapa *thumbnail* yang ditampilkan dalam video yang diposting Max & Yos.
2. Petanda (*signified*) : gambar yang dipilih sebagai cover untuk mewakili isi keseluruhan video.
3. Tanda denotatif (*denotative sign*) : ditampilkan emoji love (cinta) berwarna merah dan pink (merah muda), penggunaan busana yang cenderung soft color (warna kalem) seperti warna pastel, penampilan Yos (kanan) yang cenderung kemayu daripada Max (kiri) yang terlihat gagah dan maskulin, setting tempat di dalam rumah, pemilihan warna *thumbnail* yang cerah dan netral dengan kualitas yang tinggi, jarak antara Max & Yos yang sangat dekat bahkan intim, ditampilkan tulisan dalam *thumbnail* 'we got new babies' dan 'its short shorts weather' dengan perpaduan warna biru dan putih, 'my pretty husband' dengan warna merah muda (pink).
4. Penanda konotatif (*connotative signifier*) : gambar *thumbnail* sebagai representasi dari keseluruhan isi video (a) emoji love (cinta) berwarna merah dan pink yang sengaja ditampilkan sebagai pelengkap hiasan gambar pada *thumbnail* memiliki makna ekspresi cinta, gairah, kasih sayang, sekaligus penyampaian rasa terima kasih

kepada pasangan ([Khatulistiwa, 2020](#)); (b) pemilihan warna yang dominan soft color seperti warna pastel menggambarkan bahwa Max & Yos sebagai pasangan gay memiliki karakter lembut, tenang, dan romantis; (c) identitas seorang gay saat ini tidak memandang penampilan laki-laki yang dicap kemayu saja, namun laki-laki yang berpenampilan maskulin dapat dikatakan sebagai gay; (d) setting tempat di sebuah ruangan memiliki arti dimana kegiatan Max & Yos sebagai pasangan gay yang sudah menikah sering menghabiskan waktu bersama di dalam rumah; (e) warna yang cerah dan netral memberikan kesan semangat dan apa adanya; (f) jarak dapat menentukan seberapa dekat seseorang dengan lawan bicaranya karena jarak dapat menyimpulkan bagaimana hubungan seseorang. [West & Turner \(2007\)](#) menyatakan jarak intim berkisar 0 hingga 46 sentimeter dan memiliki kesengajaan atau daya tarik satu sama lain.

5. Petanda konotatif (*connotative signified*) : konsep yang menggambarkan bagaimana Max & Yos menggambarkan isi video lewat *thumbnail* sebagai pasangan sesama jenis (gay).

6. Tanda konotatif (*connotative sign*) : pesan bagaimana *thumbnail* video dapat menjadi eye catching untuk pertama kali bagi *audience* karena dapat mewakili isi dari video yang diunggah. Tampilan *thumbnail* yang unik dan bagus membuat seseorang tertarik untuk menonton video. Pemilihan style yang konsisten seperti warna, tulisan, hiasan dalam *thumbnail* akan menciptakan kanal YouTube yang lebih estetik dan tertata rapi.

[Papacharissi \(2002\)](#) berpendapat bahwa "Website & Blogger: use variety of digital token such as pictures, avatars, icons, nicknames, fonts, music, and video to represent themselves. These items become symbolic markers of personal identity". Dari gambar 7 menunjukkan identitas pasangan gay dapat dibentuk di sosial media (platform digital YouTube) secara non fisik Gambar 7 menunjukkan bagaimana model tulisan, pemilihan warna, hiasan, pengambilan angle video yang konsisten membuat kanal YouTube Max & Yos memiliki subscribers sebanyak 1,32 juta (per tanggal 12 Januari 2023). Angka ini terhitung lebih banyak dibanding subscribers dari kanal YouTube pasangan gay yang lain.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dibahas sesuai teori semiotik Roland Barthes maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Max & Yos dalam kanal YouTube

pribadinya bebas berekspresi dan menerima identitas seksual gay sebagai bagian dalam diri mereka tanpa memperlakukan penolakan atau respon negatif yang diterima di media sosial.

Melalui hasil analisis lewat kanal YouTube Max & Yos, representasi identitas seksual gay muncul secara fisik seperti adegan romantis dan non fisik yang direpresentasikan dalam digital token berupa teks dan tulisan, juga direpresentasikan dalam bentuk taste performance seperti pemilihan warnayang didominasi soft color. Tetapi di saat yang sama gay juga digambarkan sebagai laki-laki yang berpenampilan rapi, maskulin, gagah layaknya laki-laki pada umumnya.

Penelitian ini masih relatif terbatas dimana analisis semiotika hanya melihat tanda serta mitos yang muncul dalam kanal YouTuber, sedangkan hal-hal seperti ini tidak lepas dari wacana masyarakat. Selanjutnya, perlu dilakukan penelitian dengan menggunakan analisis wacana (discourse analysis) dengan melibatkan beberapa participant yang terkait dengan perubahan perilaku seperti seksual gay di masyarakat saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, R. Q. (2019). Representasi Homoseksualitas Dalam Film Method (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.21831/lektur.v2i1.15804>
- Alamsyah, F. F. (2020). Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 92–99. <https://doi.org/10.31764/jail.v3i2.2540>
- Amir, F. F. M. N. A. S. (2016). Youtube sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5(1), 259–272. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Anugrahanti, M. M. (2020). *Representasi Transgender Di YouTube (Analisis Semiotika Tayangan Vlog Stasya Bwarlele Di Channel Youtube)*. <http://ejournal.uajy.ac.id/id/eprint/23563>
- Asmara, K. Y., & Valentina, T. D. (2018). Konsep Diri Gay Yang Coming Out. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(02), 277. <https://doi.org/10.24843/jpu.2017.v04.i02.p05>
- Baskoro, A. (2009). *Panduan Praktis Searching di Internet. Media Kita*.
- Della, P. O. (2014). Penerapan Metode Komunikasi Non Verbal yang Dilakukan Guru Pada Anak-Anak Autis di Yayasan Pelita Bunda Therapy Center Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, Vol 2(4), 114-128. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1673>
- Papalia, D. E., Feldman, R. D., & Olds, S. W. (2008). *Human Development (Psikologi Perkembangan)*. Kencana.
- Erikson, E. H. (1994). *Identitas dan Siklus Hidup Manusia*. Gramedia.
- Febriani, E. (2020). Fenomena Kemunculan Kelompok LGBT dalam Ruang Publik Virtual. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(01), 30-38. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/233>
- Khatulistiwa, G. (2020). *Jangan Asal Kirim, Ini Makna Setiap Warna Emoji Hati*. <https://Journal.Sociolla.Com/Lifestyle/Makna-Warna-Emoji-Hati/>.
- Malau, R. (2011). Khalayak Media Baru. *Jurnal The Messenger*, 3(1), 51. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i1.183>
- Malik, E. Y. C. (2020). Antara “Aku” dan Facebook: Kontruksi Pesan Dalam Foto Profil di Media Sosial. *Ilmu Humaniora*, 04(1), 74–89. <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>
- Muqsih, M. A. (2021). Teknologi Media Baru: Perubahan Analog Menuju Digital. *Adalah*, 5(2), 33–40. <https://doi.org/10.15408/adalah.v5i2.17932>
- Muttaqien, F. (2022). *Thumbnail Adalah: Pengertian, Jenis, Pentingnya, dan Tips Membuat Thumbnail yang Menarik*. <https://Www.Ekrut.Com/Media/Thumbnail-Adalah>.
- Nabilah, D. R., & Kurnia, N. (2015). *YouTube sebagai Media Ekspresi Alternatif Gay Indonesia: Analisis Semiotik Gay Indonesia dalam Web Series CONQ*. (Bachelor Thesis, Universitas Gadjah Mada). <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/93106>

- Novita, E. (2021). Identifikasi Pembentukan Identitas Orientasi Seksual Pada Homoseksual (Gay). *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 2(2), 194–205. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v2i2.99>
- Nurimba, Y., & Muhiddin, A. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Rokok Apache Versi Hidup Gue Cara Gue. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 3(1), 18–25. <https://doi.org/10.55638/jcos.v3i1.537>
- Oetomo, D. (2001). *Memberi Suara Pada yang Bisu*. Galang Press.
- Pandiangan, E. (2018). *Bukan Sekadar Visual, Ternyata Foto Profil di Media Sosial Bisa Menunjukkan Karakter Seseorang*. <https://Journal.Sociolla.Com/Lifestyle/Foto-Profil-Sosial-Media-Cerminkan-Kepribadian>.
- Papacharissi, Z. (2002). *The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Page*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(3), 643–660. <https://doi.org/10.1177/107769900207900307>
- Prakoso, S., Setyawan, S., & Kom, M. I. (2017). Coming Out Gay Dalam Media Sosial Path (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Coming Out Gay Di Surakarta Melalui Media Sosial PATH) (Bachelor Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/57909>
- Puspita, Y. (2015). The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 203–212. <https://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2015.1180306>
- Reza, M. J. (2021). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Content Video Creative (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Unismuh Makassar). Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar. [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/13407-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/13407-Full_Text.pdf)
- Rianawati. (2016). Pendidikan Seks Anak Dalam Mengantisipasi Perilaku LGBT. *Jurnal Studi Gender Dan Anak*, Vol 3, No, 18–33. <https://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/rahema/article/view/557/352>
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171–180. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23037>
- Rucirisyanti, L., Panuju, R., & Susilo, D. (2017). Representasi Homoseksualitas Di YouTube: (Studi Semiotika pada Video Pernikahan Sam Tsui). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 10(2), 13. <https://doi.org/10.14421/pjk.v10i2.1363>
- Sholichah, M., & Febriana, P. (2022). Konstruksi citra diri dalam media baru melalui aplikasi instagram (analisis semiotik postingan instagram @mayudyayunda). *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(2), 177-186. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v10i2.239>
- Sobur, A. (2016). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia.
- West, R., & Turner, L. H. (2007). *Introducing Communication Theory : Analysis and Application*. McGraw-Hill
- Wijayanti, W., Indonesia, U. P., Penelitian, A., Korea, D., & Kunci, K. (2022). *Memaknai Romantisme Drakor Sebagai Moral Budaya*. XXVII(1), 57–70. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1829>
- Wijayakusuma, P. K. F. (2020). *Less Masculine, More Feminine dan Less Feminine, More Masculine: Laki-laki Mengekspresikan Androgini Melalui Fashion*. *Emik*, 3(2), 137-159. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.662>