



# UNIVERSITAS WIRARAJA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi Administrasi Publik (Terakreditasi) Program Studi Desain Komunikasi Visual (Terakreditasi)  
Kampus : Jl. Raya Sumenep Pamekasan KM. 5 Patean, Sumenep, Madura 69451 Telp : (0328) 664272/673088  
e-mail : fisip@wiraraja.ac.id Website : fisip.wiraraja.ac.id

### SURAT PERNYATAAN

Nomor: 264/D-FISIP/AKM-19/UNIJA/IV/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Rillia Aisyah Haris, S.AP, M.AP  
Jabatan : Dekan  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Instansi : Universitas Wiraraja

Menyatakan bahwa :

1. Nama : Zarnuji  
Jabatan : Dosen Universitas Wiraraja
2. Nama : Ach. Andiriyanto  
Jabatan : Dosen Universitas Wiraraja
3. Nama : Deny Feri Suharyanto  
Jabatan : Dosen Universitas Wiraraja

Telah melakukan cek plagiasi ke Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja Menggunakan *software Turnitin.com* untuk artikel dengan judul **“Penggunaan Media Online Pada Waria di Kecamatan Sapeken Dalam Mengonsumsi Suplemen Kulit”** dan mendapat hasil *similarity* sebesar 18 %.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Sumenep, 8 April 2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Rillia Aisyah Haris, S.AP, M.AP  
NIDN. 0715068405

# LAPORAN\_PENGGUNAAN MEDIA ONLINE PADA WARIA DI KECAMATAN SAPEKEN DALAM MENGKONSUMSI SUPLEMEN KULIT

*by Zarnuji Tahap 1*

---

**Submission date:** 08-Apr-2023 01:12PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2058893099

**File name:** Jurnal\_WIRARAJA.docx (233.12K)

**Word count:** 3186

**Character count:** 20513

**PENGGUNAAN MEDIA ONLINE PADA WARIA DI  
KECAMATAN SAPEKEN DALAM MENGGUNAKAN  
SUPLEMEN KULIT**



**Oleh:**

**Zarnuji, S.Ikom., M. Med. Kom. (zarnuji@wiraraja.ac.id)**

**Ach. Andiriyanto, S.Pd., M.Pd. (aryauri@wiraraja.ac.id)**

**Deny Feri Suharyanto, S.I.K., M.I.Kom. (dhenz@wiraraja.ac.id)**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS WIRARAJA MADURA  
SUMENEP**

**2023**

**Video Dokumenter Penggunaan Media Online oleh Waria di Kecamatan  
Sapeken dalam Mengonsumsi Suplemen Kulit**

**Zarnuji<sup>1</sup>, Ach. Andiriyanto<sup>2</sup>, Deny Feri Suharyanto<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Desain Komunikasi Visual FISIP Universitas Wiraraja

<sup>2</sup>Administrasi Publik FISIP Universitas Wiraraja

<sup>3</sup>Desain Komunikasi Visual FISIP Universitas Wiraraja

<sup>1</sup>zarnuji@wiraraja.ac.id, <sup>2</sup>aryauri@wiraraja.ac.id, <sup>3</sup>dhenz@wiraraja.ac.id

**ABSTRAK**

Meski secara geografis dan sosial budaya para waria di Pulau/ Desa Sapeken hidup dalam keterbatasan. Namun, mereka terus berusaha menunjukkan eksistensinya sebagai the third gender di tengah masyarakat. Salah satunya dengan merawat kulit supaya tetap terlihat sehat dan cerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media online pada waria di Kecamatan Sapeken dalam mengonsumsi suplemen kulit.

Ciri utama media online adalah adanya saling keterhubungan, akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana.

Dasar penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hal ini merupakan sebagai rangkaian prosedur dalam upaya pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan obyek penelitian berdasarkan fakta yang nyata. Laporan penelitian ini berisi kutipan-kutipan data yang memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, untuk tetap menjaga kulitnya agar tetap sehat dan cerah, yaitu dengan mengonsumsi suplemen kulit. Mereka memanfaatkan media online dari *smartphone* yang dimiliki untuk mencari informasi dan memesan produk kecantikan tersebut.

**Kata Kunci:** *Media Online, Perilaku Konsumsi*

## ABSTRACT

Although geographically and socio-culturally, transsexual in Sapeken Village live within limitations. However, they continue to try to show their existence as the third gender in society. One of them is by taking care of the skin to keep it looking healthy and bright. This study aims to determine the use of online media by transgender women in Sapeken District in consuming skin supplements.

The main characteristics of online media are interconnectedness, access to individual audiences as recipients and senders of messages, interactivity, various uses as open characters, and their ubiquitous nature.

The basis of this research is descriptive qualitative. This is a series of procedures in an effort to solve the problem under study by describing the research object based on real facts. This research report contains data excerpts that illustrate the presentation of the report.

The results of this study indicate that, to keep the skin healthy and bright, that is by consuming skin supplements. They take advantage of online media from their smartphones to find information and order these beauty products.

## Pendahuluan

Sejarah memang tidak mencatat kontribusi waria dalam perjuangan kemerdekaan Republik Indonesia. Namun, disadari atau tidak, keberadaannya telah menjadi warna tersendiri dalam kehidupan masyarakat Nusantara. Meski keberadaan wadam (sebutan lain waria) selalu menjadi perdebatan di tengah masyarakat, tapi para waria tetap berusaha menunjukkan eksistensinya dalam berbangsa dan bernegara.

Ada beragam sebutan atau penamaan terhadap *gender* ketiga setelah laki-laki dan perempuan itu. Masyarakat Melayu menyebut *banci*, di Madura (*bandu*), Jawa (*wandu*), Bajo (*kakabe*), Sulawesi pada umumnya (*kawe-kawe*) dan masyarakat dari suku Bugis menyebut *calabai*.

Menurut Atmojo (1987: 2-4), secara sederhana waria dapat diartikan sebagai individu yang memiliki jenis kelamin laki-laki, tetapi berdandan dan berperilaku layaknya perempuan. Istilah waria merupakan akronim dari wanita-pria. Dalam kesehariannya, waria cenderung tampil seperti halnya perempuan dalam hal bersolek, bersikap, berpikir, dan berperilaku. Dalam bahasa psikologis disebut dengan istilah transeksual, yaitu gejala seseorang yang merasa dirinya memiliki seksualitas yang berlawanan dengan struktur fisiknya.

Di Pulau/Desa Sapeken (Kecamatan Sapeken), Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, terdapat puluhan waria. Meski pulau yang terletak di sebelah timur Pulau Kangean itu tergolong kecil, tapi pulau tersebut menjadi jujukan kaum waria dari beberapa pulau di sekitarnya (Zarnuji, 2012:108).

Layaknya perempuan, waria di Pulau Sapeken juga mengonsumsi berbagai produk suplemen kulit. Mereka memanfaatkan media online untuk mendapatkan suplemen yang diinginkan. Sebab, suplemen yang dijual di toko-toko di Pulau Sapeken banyak yang kedaluarsa.

Media online (digital media) adalah media yang tersaji secara online di internet. Secara umum, media online diartikan segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Misalnya email, mailing list (milis), website, blog, whatsapp, dan media sosial. Sedangkan pengertian media online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa (Romli, 2012: 34).

Menurut Rogers (2001: 96-100), sejak tahun 1989 internet telah menjadi inovasi yang paling cepat menyebar dalam sejarah manusia. Pada pertengahan 2001, diperkirakan 400 juta orang menggunakan internet, dan tingkat difusi di seluruh dunia meningkat pesat, terutama di negara-negara Asia. Di Amerika Serikat, tingkat difusi mulai melambat, karena lebih dari setengah orang Amerika (68 persen menurut survei nasional akhir tahun 2000) sudah mengadopsi teknologi komunikasi ini.

Sementara, perilaku konsumen adalah perilaku yang melibatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Sumarwan, 2003: 25). Istilah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia di bidang pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan.

Selama ini penelitian-penelitian, jurnal, maupun buku yang mengulas tentang waria menurut penulis masih bergulat dalam ranah agama, budaya, dan menempatkan waria dalam posisi sebagaimana konstruksi yang tercipta tentang waria itu sendiri. Walaupun ada beberapa penelitian dan buku yang tidak lagi memosisikan waria sebagai masalah sosial akan tetapi masih belum mengupas lebih dalam tentang waria kaitannya dengan penggunaan media online. Sehingga, di sini penulis tertarik untuk mengungkap “Penggunaan Media Online pada Waria di Kecamatan Sapeken dalam Menunjang Konsumsi Suplemen Kulit”.

Menurut Denis McQuail (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana.

Perbedaan media baru dengan media lama adalah media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subjek modern/ akhir modern ke dalam mesin perangkat yang berjaringan (Ponster dalam McQuail, 2011: 151).

*Electronic commerce (e-commerce)* atau yang dikenal dengan belanja online adalah penyebaran, pembelian, penjualan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, word wide web (www) atau jaringan

komputer lainnya. Pengertian *e-commerce* juga dapat didefinisikan sebagai konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada www (Shim et al. dalam Suyanto, 2003: 11).

Berdasar sifat transaksinya, tipe *e-commerce* juga dikenal *business to business* (B2B), *business to consumer* (B2C), *consumer to consumer* (C2C), *consumer to business* (C2B). Kemudian, *Non business e-commerce*, dan *intrabusiness (organization)*.

Sedangkan perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Istilah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia di bidang pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan. Beberapa pendapat tentang definisi perilaku konsumen, yaitu:

1. Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan, baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya (Prasetijo, Ihalauw, 2005: 9).
2. Perilaku konsumen adalah perilaku yang melibatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Sumarwan, 2003: 2).
3. Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi (perasaan) dan kognisi (pikiran), perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka (Setiadi, 2003: 3).
4. Perilaku konsumen adalah tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut (Mangkunegara, 2002: 3).

Dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian mengenai penggunaan media online pada waria di Kecamatan Sapeken dalam mengkonsumsi suplemen kulit ini adalah deskriptif kualitatif. Hal ini merupakan sebagai rangkaian prosedur dalam upaya pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan obyek penelitian berdasarkan fakta yang nyata. Laporan penelitian ini berisi kutipan-kutipan data yang memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

Data tersebut berasal dari naskah wawancara dan catatan lapangan serta dokumentasi resmi lainnya (Moleong, 2001:6). Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2001:3) metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dan subyek dan perilaku yang di amati.

Lokasi penelitian dalam penelitian ini terletak di Pulau/ Desa Sapeken, Kecamatan Sapeken, Kabupaten Sumenep. Hal ini disebabkan karena meski Pulau Sapeken tergolong kecil, tapi banyak waria yang berdomisili di pulau tersebut. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi.



Sedangkan tahapan dalam menganalisis data ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data, yang terdiri dari :
  - a) Mengedit data, yaitu memeriksa data yang terkumpul berkenaan dengan kelengkapan-kelengkapan dan kebenaran sehingga siap untuk diproses lebih lanjut.
  - b) Mengkode data, yaitu data yang terkumpul diberi kode tertentu dan dikelompokkan.
  - c) Klasifikasi data, yaitu mengadakan seleksi data yang terkumpul sesuai dengan sumber data masing-masing.
2. Pengelolaan dan penyajian data dilakukan setelah data terkumpul diklasifikasikan dengan beberapa kebutuhan, kemudian dilakukan pengelolaan data dengan cara mengklasifikasikan dalam bentuk uraian.
3. Pengembangan dan pengambilan alternatif yaitu setelah data diolah maka diambil beberapa alternatif yang terbaik atau dijadikan bahan penyampaian informasi dan pengambilan keputusan.

## **Pembahasan**

### **Pembentukan Waria di Pulau Ikan**

Luas Pulau/Desa Sapeken 0,68612 kilometer persegi yang terdiri atas tiga dusun, yakni Dusun Sapeken I, Sapeken II, dan Sapeken III. Berdasar data desa, jumlah penduduk hingga 2011 triwulan keempat mencapai 8.442 jiwa dengan 2.814 kepala keluarga (KK). Suku di pulau tersebut terdiri atas Suku Bajo, Mandar, Makassar, Bugis, dan Madura. Uniknya, meski tergolong pulau kecil, di Pulau Sapeken terdapat 42 waria (Zarnuji, 2012: 189).

Pembentukan waria merupakan proses historis yang sangat panjang. Dimulai dari masa kanak-kanak hingga menginjak masa remaja. Munculnya fenomena kewariaan tidak lepas dari sebuah konteks kultural. Kebiasaan-kebiasaan pada masa kanak-kanak ketika dibesarkan dalam keluarga kemudian mendapat penegasan ketika masa remaja menjadi penyumbang terciptanya *the third gender*.

Banyak kejiwaan waria yang melekat pada masa kanak-kanak tidak disadari orang tuanya di pulau tersebut. Hal itu terjadi lantaran orang tua melihat kondisi “penyimpangan” pada masa kanak-kanak merupakan hal biasa. Kondisi anak yang seperti itu dianggap lumrah terjadi pada fase perkembangan.

Orang tua baru menyadari kelainan pada anaknya saat menginjak dewasa. Kelainan tersebut diketahui dari persepsi para tetangga dan teman-teman sepermainannya. Terlebih saat dipertegas dengan si anak itu ketika bertingkah laku, berpakaian, dan memoles wajah layaknya perempuan.

Pembentukan kejiwaan waria pada anak di kepulauan berbeda dengan historis pembentukan kejiwaan waria pada umumnya. Jika di lain tempat kebanyakan orang tua baru menyadari kelainan pada anaknya saat menginjak dewasa, tapi di kepulauan sebaliknya. Hal itu terjadi lantaran ruang bagi waria terbatas hanya di dalam pulau.

Tak heran jika mereka pindah dan berkumpul di satu pulau, yaitu Pulau Sapeken. Para waria dari pulau seberang biasanya tinggal di tempat mereka bekerja atau menumpang di rumah waria lainnya. Misalnya saja waria yang menjadi



penjaga toko, karyawan salon, dan pembantu rumah tangga. Mereka tinggal di tempat kerjanya.

Berkumpul di satu pulau dengan identitas barunya bukan berarti lepas dari persoalan. Di Pulau Sapeken terdapat lima etnis. Yaitu, Bajo sebagai etnis dominan, Mandar, Makassar, Bugis, dan Madura. Meski berbeda suku, mereka dapat hidup rukun dalam satu pulau.

Kondisi itu menjadi tantangan tersendiri bagi para waria di sana. Sebab, kelima etnis tersebut tidak ada yang memberikan tempat bagi bencong. Walaupun sekarang warga tidak mengungkapkan kelainan kejiwaan tersebut secara langsung, penduduk setempat sering menghindarinya sehingga kehidupan waria terkesan eksklusif.

### **Pendidikan dan Pekerjaan Waria di Pulau Sapeken**

Meski hidup di kepulauan, kebanyakan mereka merasakan duduk di bangku sekolah. Tingkat pendidikan formal waria di Pulau Ikan berjumlah 23,8 persen tidak lebih dari sekolah dasar (SD) atau sederajat, tamatan sekolah menengah atas atau sederajat sebanyak 71,4 persen, dan tamatan strata 1 (S-1) hanya 4,8 persen.

Namun, yang meneruskan hingga ke jenjang perguruan tinggi tergolong minim. Yakni, hanya 4,8 persen. Alasannya pun bermacam-macam. Yakni, mulai dari tidak memiliki pengalaman di luar daerah hingga pada alasan ekonomi. Terkait alasan ekonomi, mereka mengaku tidak memiliki biaya untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.

**Tabel 1.1 Tingkat Pendidikan Waria di Sapeken**

<b>Tingkat Pendidikan Formal</b>	<b>Jumlah Persentase</b>
Tamatan strata 1 (S-1)	4,8
Tamatan SMA atau sederajat	71,4
Tidak Lebih dari sekolah dasar	23,8
<b>Jumlah</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Hasil wawancara dengan beberapa waria di Pulau Sapeken*

Sementara, terkait dengan pekerjaan tidak jauh dengan pekerjaan yang dilakukan kaum hawa. Antara lain sebagai pembantu rumah tangga, pemilik toko sembako, dan desainer pakaian, masing-masing 2,4 persen. Lalu, karyawan salon dan pemilik usaha tata rias pengantin masing-masing berjumlah 7,1 persen. Petugas tata rias pengantin 35,7 persen.

Sisanya, yaitu 42,8 persen, tidak memiliki pekerjaan tetap. Biasanya, mereka bekerja kepada pemilik usaha tata rias pengantin jika memerlukan petugas dengan jumlah banyak. Terutama saat peralatan pengantin disewa secara komplet, baik penyewanya di Sapeken maupun di luar pulau.

Pendapatan masing-masing waria sesuai dengan kategori usaha atau pekerjaannya. Tidak semuanya bisa ditentukan secara pasti. Hal itu bergantung pada pesanan (desainer pakaian), penyewa (pemilik usaha tata rias pengantin),

penjualan (pemilik toko sembako), dan pengguna jasa (karyawan salon). Hanya gaji pembantu rumah tangga yang bisa diketahui secara pasti tiap bulan.

Seperti pendapatan pemilik usaha tata rias pengantin, pendapatan ini bergantung pada jumlah penyewa maupun **5**omplet tidaknya yang disewa. Namun, keuntungan usaha tersebut dapat dipatok **antara Rp 500.000 hingga Rp 2.000.000** tiap pemilik usaha dalam sekali penyewaan. Keuntungan tersebut setelah dikurangi biaya operasional.

Tiap petugas tata rias yang juga waria diberi upah Rp 250.000 dalam sekali penyewaan. Tiap pemilik usaha ini biasanya memiliki karyawan tetap lima waria, bahkan bisa lebih, terutama saat ada penyewa yang minta peralatan tata rias secara komplet. Dengan begitu, juga membutuhkan tenaga banyak.

Selain itu, desainer pakaian, pemilik toko sembako, dan pembantu rumah tangga masing-masing hanya seorang. Pendapatan pembantu rumah tangga Rp 600.000 per bulan. Pendapatan pemilik toko sembako antara Rp 1.500.000—2.000.000 per bulan dan desainer pakaian antara Rp 50.000—200.000 per pakaian. Pendapatan karyawan salon sekitar Rp 600.000 per orang setiap bulan.

**Tabel 1.2 Usaha atau Pekerjaan Waria di Pulau Sapeken**

No.	Usaha atau Pekerjaan	Jumlah Waria %	Jumlah Penghasilan (Rp)
1.	Pemilik usaha tata rias pengantin	7,1	500.000-2.000.000/orang/acara
2.	Petugas tata rias pengantin	35,7	250.000/orang
3.	Desainer pakaian	2,4	50.000-200.000/pakaian
4.	Pemilik toko sembako	2,4	1.500.000-2.000.000/bulan
5.	Karyawan salon	7,1	600.000/karyawan/ bulan
6.	Pembantu rumah tangga	2,4	600.000/bulan

*Sumber: Hasil wawancara dengan beberapa waria di Pulau Sapeken*

### **Penggunaan Media Sosial Waria di Sapeken**

Terdapat berbagai strategi yang dilakukan waria di Pulau Ikan. Salah satunya berpakaian dan merias wajahnya dengan menarik layaknya perempuan. Fenomena seperti itu dapat dilihat tiap harinya di tempat-tempat kerja mereka. Sedangkan pada malam hari biasanya mereka berkumpul di lokasi yang ditentukan.

Pendapatan yang minim tidak menjadi halangan bagi kaum waria Sapeken untuk memoles dirinya dan tampil bersih. Mereka menganggap, dengan penampilan feminim adalah upaya untuk tetap mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat dengan lima suku tersebut. Salah satunya dengan membeli suplemen kulit dengan kandungan *collagen* untuk menjaga kulitnya agar tetap sehat dan mulus. Suplemen yang biasa dibeli yaitu Skinfit. Mereka mencari informasi mengenai Skinfit dan memesan melalui *smartphone* yang mereka miliki (online shopping).

*"Saya memakai suplemen kulit (Skinfit) sudah biasa dari dulu. Tahunya dari HP (media online). Ini yang saya lakukan untuk tetap terlihat segar dan*

*cantik.*” Kata Auli, salah satu pemilik usaha tata rias pengantin saat diwawancarai Desember 2017.

Hal senada disampaikan Yeye, pemilik usaha tata rias pengantin lainnya. Menurut dia, toko yang ada di Pulau Sapeken tidak ada yang menjual Skinfit, sehingga untuk memenuhi keperluannya dia menghubungi rekannya di Singaraja, Bali. *”Kalau butuh belanja kebutuhan rias pengantin, sekalian saya memesan Skinfit lewat media online. Biasanya saya pakai alamat teman di Bali. Meski stok di rumah masih ada ya tetap beli untuk persediaan. Atau langsung Whatsapp teman di Bali untuk dibelikan.”*

Waria di Pulau Sapeken tidak dapat berekspresi dengan leluasa. Selain bertentangan dengan norma, produk kecantikan yang dijual di pasar juga terbatas. *”Kalau suplemen kan tidak diketahui orang karena berbentuk kapsul. Tapi kalau membeli krim ke toko tentunya banyak yang tahu. Saya juga pakai krim pemutih, tapi kalau sekarang jarang sekali,”* kata Fida (nama samaran), waria lainnya.

### **Kesimpulan**

Ada beragam sebutan atau penamaan terhadap gender ketiga setelah laki-laki dan perempuan itu. Masyarakat Melayu menyebut *banci*, di Madura (*bandu*), Jawa (*wandu*), Bajo (*kakabe*), Sulawesi pada umumnya (*kawe-kawe*) dan masyarakat dari suku Bugis menyebut *calabai*.

Dari beberapa suku yang hidup berdampingan di Kecamatan Sapeken, tidak ada yang memberikan tempat terhadap eksistensi waria. Masyarakat menganggap, pilihan *the third gender* sebagai suatu hal tabu dan menyalahi kodratnya sebagai ciptaan Tuhan. Manusia dilahirkan ke bumi hanya dengan jenis kelamin laki-laki atau perempuan.

Tingkat pendidikan formal waria di Pulau Sapeken berjumlah 23,8 persen tidak lebih dari sekolah dasar (SD) atau sederajat, tamatan sekolah menengah atas atau sederajat sebanyak 71,4 persen, dan tamatan strata 1 (S-1) hanya 4,8 persen. Sedangkan pekerjaan mereka antara lain sebagai pembantu rumah tangga, pemilik toko sembako, dan desainer pakaian. Masing-masing mencapai 2,4 persen. Lalu, karyawan salon dan pemilik usaha tata rias pengantin masing-masing berjumlah 7,1 persen. Petugas tata rias pengantin 35,7 persen. Sisanya, yaitu sebanyak 42,8 persen, tidak memiliki pekerjaan tetap.

Pendapatan masing-masing waria tidak pasti. Hal itu sesuai dengan usaha maupun pekerjaannya. Misalnya, pendapatan pemilik usaha tata rias pengantin antara Rp 500.000 hingga Rp 2.000.000 tiap pemilik usaha dalam sekali penyewaan. Petugas tata rias diberi upah Rp 250.000 dalam sekali penyewaan.

Selain itu, desainer pakaian, pemilik toko sembako, dan pembantu rumah tangga masing-masing hanya seorang. Pendapatan mereka, yakni pembantu rumah tangga, mencapai Rp 600.000 per bulan. Pendapatan pemilik toko sembako antara Rp 1.500.000-2.000.000 per bulan dan desainer pakaian antara Rp 50.000-200.000 per pakaian. Pendapatan karyawan salon sekitar Rp 600.000 per orang dalam setiap bulan.

Untuk tetap mempertahankan eksistensinya, waria yang berjumlah 42 orang tersebut memiliki strategi tersendiri. Terutama dengan menjaga kulitnya agar tetap sehat dan segar, yaitu dengan mengonsumsi suplemen kulit. Mereka

memanfaatkan media online dari *smartphone* yang dimiliki untuk mencari informasi dan memesan produk kecantikan tersebut.

#### **Catatan**

- The third gender adalah gender ketiga setelah jenis kelamin laki-laki dan perempuan.
- Waria adalah individu yang memiliki jenis kelamin laki-laki, tetapi berdandan dan berperilaku layaknya perempuan.
- Media baru adalah adanya saling keterhubungan, akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana.
- Belanja online adalah penyebaran, pembelian, penjualan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, word wide web (www) atau jaringan komputer lainnya.
- 

#### **Daftar Pustaka**

- Atmojo, Kemala. 1987. *Kami Bukan Lelaki*. Cetakan Kedua. Jakrta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Denis, McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Bandung: Revika Aditama.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw Jhon. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Rogers, Everett M. (2001). 'The Digital Divide', *Convergence*, vol. 7, no. 4.
- Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta: Kencana.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suyanto, M. 2003. *E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi
- Zarnuji. 2013. *Ekspedisi Menantang Laut. Jelajah 48 Pulau di Madura*. Surabaya: PT Temprina Media Grafika.

**Gambar 1.1 Auli, Salah Satu Waria di Pulau Sapeken**



**Gambar 1.4 Contoh Produk Skinfit Advanced Skin Nutrition**



Gambar 1.5 Iklan Skinfit dengan Aktris Agnes Monica di Salah Satu TV Swasta





# LAPORAN\_PENGGUNAAN MEDIA ONLINE PADA WARIA DI KECAMATAN SAPEKEN DALAM MENGGUNAKAN SUPLEMEN KULIT

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	6%
2	<a href="http://jurnal.stmikasia.ac.id">jurnal.stmikasia.ac.id</a> Internet Source	4%
3	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	3%
4	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	3%
5	<a href="http://repository.uir.ac.id">repository.uir.ac.id</a> Internet Source	2%

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 50 words

Exclude bibliography  On