

**^KONSTRUKSI PESAN FEMINISME MELALUI MEDIA SOSIAL
(KAJIAN PADA AKUN INSTAGRAM @INDONESIAIBUTUHFEMINISME)**

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Disusun Oleh :

Isnaen Rachmat Al-Hafidz

1806026047

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2021

SKRIPSI
KONSTRUKSI PESAN FEMINISME MELALUI MEDIA SOSIAL
(KAJIAN PADA AKUN INSTAGRAM @INDONESIABUTUHFEMINIS)


Disusun Oleh :

Isnaen Rachmat Al-Hafidz
1806026047


Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 24 Juni 2022
Dan telah dinyatakan lulus.

Susunan Dewan Penguji


Ketua


Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum


Sekretaris


Nur Hasyim, M.A


Penguji 1


Drs. Muhammad Parmudi, M.Si

Penguji 2


Endang Supriyadi, M.A

Pembimbing 1


Nur Hasyim, M.A

Pembimbing 2


Akhriyadi Sofian, M.A

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 16 Juni 2022



Isnaen Rachmat Al-Hafidz

1806026047

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 1 (satu) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Ibu Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara:

Nama : Isnaen Rachmat Al-Hafidz

NIM : 1806026047

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Konstruksi Pesan Feminisme Melalui Media Sosial (Kajian Pada Akun Instagram @indoensiabutuhfeminisme)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera disidangkan. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wasakammu'alaikum Wr. Wb

Semarang. 23 Novmber 2021

Bidang Substansi Materi

Bidang Metodologi & Tata tulis



Nur Hasyim, M.A



Akhriyadi Sofian, M.A

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT karena atas nikmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Konstruksi Pesan Feminisme Melalui Media Sosial – Kajian Pada Akun Instagram @indonesiabutuhfeminis".

Selama proses pembuatan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak pengalaman, dukungan, arahan, dan moral dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya untuk semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung, diantaranya adalah:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang dan seluruh jajarannya.
2. Dr. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum., selaku Dekan FISIP UIN Walisongo Semarang yang sudah memberikan motivasi, membimbing, dan menyemangati peneliti dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. Moch. Parmudi, M. Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang dan Wali Dosen yang telah memberi pengarahan dan nasehat saat menempuh bangku kuliah
4. Nur Hasyim, M. A dan Akhriyadi Sofian, M.A. selaku Dosen Pembimbing I dan Pembimbing II yang dengan tulus telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan masukan, pengarahan, serta motivasi sehingga bisa tersusun skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff FISIP UIN Walisongo atas dedikasi, ilmu, dan pelayanan yang diberikan kepada peneliti.
6. Kedua orangtua tercinta, Bapak Moch. Nasroh dan Ibu Rochanah. Yang selalu melimpahkan waktu, kasih sayang dan dukungan moral serta materil kepada putra satu-satunya. Kedua orang tua yang telah memberikan pelajaran tentang kebaikan dalam hidup serta mengizinkan penulis untuk mengetahui hal baik dan buruk dalam hidup serta menjadi pelajaran pengalaman dalam hidup. Rasanya skripsi yang sangat sederhana ini tidak akan mampu membalas jasa mereka yang terlalu amat besar.
7. Yang penulis kasihi, Ratnasari Peri yang selalu memberikan dukungan, bantuan, perhatian, cinta, dan kasih sayang kepada penulis serta menjadi motivasi terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini agar dapat lulus tepat waktu. Terima kasih untuk selalu ada dan selalu bersedia meluangkan waktu, pikiran untuk mendengarkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga urusan kita diperlancar.

8. Penghuni Madzhab Kos Nopal, Mahardhika, Naufal Fadli, Miftakhul Huda, Chrispian Jambul, Muhammad Iqbal, dan Muhammad Taufiqul Hakim, Terima kasih telah menjadi tempat diskusi segala hal ketika penat kuliah menghampiri.
9. Penghuni Kos Bayu, Lukinanda Romadahon, Mas Didik Terima kasih telah menjadi tempat diskusi segala hal ketika penat kuliah menghampiri.
10. Teman-teman seperjuangan Sosiologi B 2018 Tasfiya, Udzma, Bowo, Alya, Nuzulia, dll, Terima kasih telah menjadi tempat diskusi segala hal ketika penat kuliah menghampiri.
11. Team Futsal UKM FSC terima kasih untuk kebersamaan dan kerja samanya selama 2 tahun terakhir ini.
12. Staff Kelurahan Kalibanteng Kidul. Terima Kasih atas pelayanan, kepercayaan, dan pengalaman yang sudah diberikan kepada peneliti selama PPL., KKL., dan KKN.
13. Kawan-kawan KKN MDR-12 Kelompok 42, terimakasih atas kerjasamanya selama kegiatan KKN.
14. Serta semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih.

Demikian ucapan terimakasih yang tidak terhingga kepada semua pihak baik yang terlibat langsung maupun tidak terlibat langsung, semoga segala kebaikan yang sudah diberikan kepada peneliti menjadi berkah untuk kita semua dan dibalas berkali-kali lipat oleh Allah SWT.

Semarang, 12 Juni 2022

Isnaen Rachmat Al-Hafidz

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta **Ibu Rochanah** dan **Bapak Moch. Nasroh** yang telah menjadi sosok orangtua pendidik yang memberikan kasih sayang dan pelajaran penuh tentang kebajikan untuk hidupku. Semoga kelak kita bisa berkumpul kembali di SurgaNya.

Almamaterku Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh jenjang perkuliahan yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan dalam hidup

MOTTO

“Jangan berpatokan sebuah keberhasilan atau kesuksesan seseorang bersandar pada angka. Pada dasarnya hitungan sebuah angka pun bisa salah ketika dikalkulasikan”

(Isnaen Rachmat Al-Hafidz)

ABSTRAK

Dialektika antara masyarakat dengan internet telah menghasilkan konsep baru yang mempunyai orientasi dengan dunia cyber yaitu: *cyberpolitics*, *cybercommunication*, *cybersociology*, dan *cybercrime*. Dewasa ini pergerakan aktivis feminisme sudah masuk ke ruang maya. Fenomena gerakan feminisme diartikan sebagai perpindahan dari hal buruk menuju ke hal yang baik. Dari hal tersebutlah feminisme menjadi topik pembahasan dalam ranah akademis salah satu ilmu sosial yang mengkaji ini yaitu ilmu sosiologi. Dalam pembicaraan diskursus feminisme untuk dimaknai secara umum berdampak pada hadirnya suatu realitas yang menjadi pegangan hidup suatu kelompok masyarakat.

Penulis mengambil objek penelitian pada Komunitas Online @indonesiabutuhfeminis yang merupakan salah satu kelompok aktivis feminisme yang aktif di media Instagram. Penulis meneliti pembentukan makna feminisme dalam proses konstruksi sosial menggunakan konsep dialektika. Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *netnography*. Pengumpulan data dilakukan dalam bentuk observasi partisipatoris dan dokumentasi. Sumber data primer didapatkan melalui capture konten pesan-pesan feminisme yang diunggah di media Instagram dan data sekunder memperoleh data melalui referensi buku, jurnal, dan internet sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis memakai Teori Konstruksi Sosial Peter. L. Berger dan Thomas Luckman dengan menggunakan tiga tahapan dialektika dalam pembentukan makna pada para pengikut, dimana mereka membawa identitas mereka sebagai penganut patriarki sebagai bagian dari perjuangan aktivis feminisme.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa dalam pembentukan makna feminisme dalam Komunitas Online @indonesiabutuhfeminis berlandaskan pada pengetahuan subjektif terkait gerakan feminisme yang dipakai sebagai *stock of knowledge* sebagai penganut system patriarki. Para penganut system patriarki tersebut disajikan konten pesan-pesan feminisme, namun tidak sepenuhnya meninggalkan sifat maskulinitasnya dalam system patriarki. Dari hal itulah mereka dapat meneruskan kembali makna feminisme yang mereka konstruksikan kembali kepada sesama penganut system patriarki lainnya sampai makna tersebut menjadi realitas yang objektif pada Komunitas Online @indonesiabutuhfeminis. Pemaknaan tersebut pada akhirnya akan mempunyai sumbangsih terhadap aktivitas diri yang memuat nilai-nilai feminisme yang dinyatakan pada dampak internal dan eksternal didalam lingkup masyarakat. Konten pesan-pesan feminisme yang dibangun terdiri dari kekerasan, stereotype, subordinasi, dan marginalisasi.

Kata Kunci: *Cyberfeminism*, Patriarki, Konstruksi Sosial.

ABSTRAC

Today, the feminist activist movement has entered *cyberspace*. The phenomenon of the feminist movement is defined as a shift from bad things to good things. From this, feminism has become a topic of discussion in the academic realm, one of the social sciences that studies this is sociology. In the discussion of feminism discourse to be interpreted in general it has an impact on the presence of a reality that becomes the lifeline of a community group. In short, those who follow the feminist movement are the adherents of the patriarchal system. The existence of the patriarchal system has a negative impact on the survival of woman. Therefore, it is necessary to have a better understanding of them and their world so that the adherents of the system can act as agents of change that create social control in society.

The author takes the object of research on the @indonesiabutuhfeminis online community, which is one of the active feminist activist groups in Instagram. The author examines the formation of the meaning if feminism in the process of social construction using the concept of dialectics. This study uses a qualitative in the form if participatory observation and documentation. Primary data sources are obtained though capturing the content of feminist messages uploaded on Instagram media and secondary data obtaining data through book references, journal, and the internet as supporting data in this study. In in this study the author uses Peter's Social Construction Theory. L. Berger and Thomas Luckman by using three stages of dialectics in the formation of meaning in followers, where they carry their identify as patriarchal adherents as part of the strygggle for feminist activist.

The results of this study found that in the formation if the meaning of meaning of feminism in the @indonesiabutuhfeminis online community, it is based on subjective knowledge related to the feminism movement, money is used as a stock of knowledge as adherents of the patriarchal system. The adherents of the patriarchal system are presented with the content of feminist messages, but do not completely abandon their masculinity in the patriarchal system. Form that, they can continue of meaning of feminism that they construct back to their fellow adherents of other patriarchal system until that meaning becomes an objective reality in the @indonesiabutuhfeminis online community. This meaning will ultimately contribute to self-activity that contains feminism values expressed in internal and external impacts the community. The content of feminist messages that are built consist of violence, stereotype, subordination, and marginalization.

Keyword: Cyberfeminis, Patriachal, Social Construction

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRAC	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang	15
B. Rumusan Masalah	22
C. Tujuan	22
D. Manfaat Penelitian	22
E. Tinjauan Pustaka	22
F. Kerangka Teori.....	29
G. Metode Penelitian.....	35
H. Sistematika Penelitian	40
BAB II KONSTRUKSI REALITAS FEMINISME MELALUI MEDIA INSTAGRAM	42
A. Wacana Membangun Pesan Feminisme Di Media Instagram.....	42
1. Konstruksi Pesan	42
2. Feminisme	44
3. Media Sosial Instagram.....	48
B. Konstruksi Realitas Sosial	52
1. Pengertian.....	52

2. Tahapan Terciptanya Realitas Sosial	54
BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM	
@INDONESIAIBUTUHFEMINIS	65
A. Akun Instagram Feminisme di Indonesia	65
B. Akun Komunitas Online @indonesiabutuhfeminis	71
1. Selayang Pandang <i>Cyberfeminisme</i>	Error! Bookmark not defined.
2. Sejarah terbentuknya akun @indonesiabutuhfeminis	71
3. Akun Komunitas @indonesiabutuhfeminis	73
BAB IV LANGKAH-LANGKAH PENYAJIAN PESAN-PESAN FEMINISME	
PADA AKUN @INDONESIAIBUTUHFEMINIS	78
A. Langkah-Langkah Penyajian Pesan-Pesan Feminisme....	Error! Bookmark not defined.
1. Proses Dialektika: Eksternalisasi, Objektivasi, dan Eksternalisasi	93
2. Dampak konstruksi pembentukan makna feminisme	Error! Bookmark not defined.
3. Proses Mempertahankan Eksistensi Akun @indonesiabutuhfeminis .	Error! Bookmark not defined.
B. Pemberdayaan Perempuan Di Ruang Cyber.....	113
1. Pemberdayaan Perempuan Oleh Akun @indonesiabutuhfeminis.....	113
BAB V PENYAJIAN PESAN-PESAN FEMINISME PADA AKUN	
@INDONESIAIBUTUHFEMINIS	121
A. Analisis Konten Pesan-Pesan Feminisme ...	Error! Bookmark not defined.
1. Kekerasan.....	Error! Bookmark not defined.
2. Kekerasan Berbasis Gender Online	Error! Bookmark not defined.
3. Stereotipe Negatif Pada Perempuan.....	129
4. Subordinasi Pada Perempuan	141
5. Marginalisasi Terhadap Perempuan di Dunia Kerja	146
BAB VI PENUTUP	154
A. Kesimpulan	154
B. Saran.....	156
Daftar Pustaka	157
LAMPIRAN.....	167

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	168
---------------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia	66
Tabel 2 Pengguna Instagram Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 3 Data akun @indonesiabutuhfeminis dan jumlah pengikutnya	74
Tabel 4 Data jumlah postingan dan like @indonesiabutuhfeminis.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. konten edukasi @indonesiabutuhfeminis.....	19
Gambar 2 konten ketimpangan gender @indonesiabutuhfeminis	20
Gambar 3 konten kampanye kesetaraan gender @indonesiabutuhfeminis.....	21
Gambar 4 Postingan Insta Story	96
Gambar 5 Postingan Respon Penganut Sistem Patriarki	99
Gambar 6 Postingan Akun Dampak Internal	Error! Bookmark not defined.
Gambar 7 Postingan Dampak Eksternal	Error! Bookmark not defined.
Gambar 8 Penggunaan Hastag	114
Gambar 9 Bentuk Penyadaran Pada Akun @indonesia.butuhfeminisme	Error! Bookmark not defined.
Gambar 10 Konten Wawasan Akun @indonesiabutuhfeminisme.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 11 Konten Peningkatan Kemampuan.....	110
Gambar 12 Konten Kekerasan Berbasis Gender Online.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 13 Konten Citra Perempuan Dalam Iklan	131
Gambar 14 Konten Pernikahan Harus Punya Anak Pada Perempuan	137
Gambar 15 Konten Pelarangan Perempuan Berpendidikan Tinggi	142
Gambar 16 Konten Marjinalisasi Pekerja Perempuan	147

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dialektika antara masyarakat dengan internet telah menghasilkan konsep baru yang mempunyai orientasi dengan dunia cyber yaitu: *cyberpolitics*, *cybercommunication*, *cybersosiology*, *cybercrime*, dll. Makna dari diksi cyber dalam ranah teknologi merupakan suatu system yang digunakan untuk mengontrol pada saat pengaplikasian computer”. Istilah cyber sendiri pertama kali dicetuskan oleh Nobert Wiener pada tahun 1948 sedangkan penciptaan konsep cyberspace pertama kali dipakai oleh William Gibson. Terdapat tokoh postmodern yaitu Jan Francois Lyotard yang dimana mengemukakan bahwa lahirnya revolusi informasi mempunyai pengaruh besar terhadap kebudayaan dan cara pandang berpikir ilmiah. Budaya yang lahir diranah syber bisa dilihat melalui aktivits masyarakat ketika berselancar memakai internet. Budaya yang tercipta di ruang cyber dijadikan kerangka berfikir yang dimana masyakat terintegrasi melalui teknologi dan informasi. Kebiasaan baru masyarakat yang tercipta diruang cyber bisa dijadikan locus penelitian baru oleh para peneliti. Beliau berpendapat bahwa munculnya era inforasi tersebut sebagai penanda telah memasuki masa yang disebut sebagai postmodernisme (Lyotard, 1989).

Proses globalisasi di belahan dunia mempunyai hubungan dengan pergerakan teknologi dan informasi mengalami dinamika. Bisa dikatakan mengalami dinamika karena teknologi dan informasi selalu menyediakan kebutuhan manusia. Kebutuhan tersebut seperti akses berbelanja, pendidikan, pembayaran, dll yang terhubung pada sambungan internet. Internet merupakan jaringan computer yang pasarnya sudah berhasil meng-ekspansi seluruh dunia. Terdapat beberapa jasa penyedia layanan online seperti *American Online*, *CompoServe*, dan *Microsoft Network* yang dimana para pihak tersebut menjual akses internet kepada para pengguna baik itu secara individu maupun grup (Danesi, 2010). Dari fenomena konsumtif masyarakat terhadap internet telah terjadi kontradiktif. Kontradiktif tersebut yang pertama hadirnya eksistensi internet di

tengah-tengah masyarakat membuat segala informasi diterima sangat cepat dan pekerjaan terasa lebih ringan. Disisi lain adanya internet justru menimbulkan penyebaran berita burung. Suatu individu dapat membangun diskursus melalui media internet tanpa adanya filterisasi terlebih dahulu. Tanpa adanya filterasi tersebut internet ini mempunyai peranan penting dalam penyebaran berita hoax yang dimana pada akhirnya memunculkan konflik di masyarakat.

Memasuki era semuanya yang serba terdigitalisasi mempunyai kesinambungan dengan kemunculan platform baru. Munculnya platform baru seperti Kitabisa.Com, Aplikasi Shoope, Thinder, Instagram,dll. Dari munculnya beberapa platform baru ini mempunyai hubungan dengan riset yang telah dilakukan oleh Wearesocial Hootsuite hingga Oktober 2020 Instagram telah memiliki 1.158jt pengguna aktif (Hootsuite, 2020). Berdasarkan survei yang dihimpun *dari Napoleon Cat* mengenai penggunaan aplikasi Instagram di Indonesia menyentuh angka 73.790.000 yang dimana para penggunanya dari rentang usia 18-24 tahun (NapoleonCat, 2020). Pemanfaatan Instgram tidak hanya berorientasi terhadap pemberian suatu informasi yang sedang terjadi disuatu daerah, akan tetapi juga bisa dimanfaatkan untuk melakukan sebuah kampanye. Isi dari kampanye tersebut bisa berupa pemberdayaan ataupun pemberontakan atas penindasan suatu kelompok yang mendominasi. Kampanye yang dilakukan melalui Instagram dikemas dalam bentuk video, poster, dan argument yang dikonstruksi oleh suatu individu atau entitas social. Suatu individu ataupun entitas social harus merefleksikan dirinya untuk terlibat aktif pada ruang lingkup suatu media baru yang sudah mereka pilih.

Instagram sendiri menyediakan berbagai fitur seperti kolom like, comment, tag, followers, following, notifikasi, instastory preview foto, dan video. Dari adanya fitur-fitur tersebut dimanfaatkan oleh pengguna instagram untuk berselancar mencari sebuah informasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Sarah, 2019) yang berisi tentang pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah. Penyampaian dakwah berupa video dan poster yang membahas tentang ajaran-ajaran islam. Tujuan dari dakwah tersebut yaitu untuk menghindari terjadinya pacaran dikalangan anak muda. Dari hasil penelitian ini, ditemukan melalui akun

Instagram @indonesiatanpapacaran. La Ode Munafar berusaha mengajak agar umat muslim menjauhi pacaran dengan dakwah melalui media sosial dan membentuk komunitas. Buku, postingan yang dalam satu hari tidak kurang dari 3 kali, dan beberapa cara digunakan La Ode untuk mengembangkan akun tersebut, dan menyadarkan masyarakat akan bahaya pacaran. Dari adanya akun tersebut terciptalah sebuah Gerakan anti pacaran untuk kalangan muda-mudi yang belum sah secara agama dan negara. Menurut akun tersebut kegiatan pacaran mempunyai konotasi yang negative karena dianggap melanggar norma social yang ada di dalam masyarakat. Maka dari itu pembangunan wacana tersebut guna menciptakan kesadaran pasangan muda-mudi untuk terhindar dari pacaran.

Ketimpangan gender merupakan problematika yang sudah mandarah daging di dalam masyarakat. Ketimpangan gender mayoritas selalu dialami oleh kaum perempuan. Kaum perempuan teralienasi di berbagai sector seperti ekonomi, sosial, dan politik. Probelamatika gender juga mempunyai kaitan dengan sebuah ideologi, struktur dan kultur yang dilihami oleh masing-masing individu di dalam masyarakat. Dari ketiga hal tersebut kaum perempuan mengalami degradasi baik itu pembagian peran, kesempatan untuk berkeekpresi di ruang publik, dan pembagian upah di dunia kerja. Hal tersebut tertuang dalam Al-qu'ran surat An-Dewasa ini pembangunan diskursus tidak hanya melalui buku dan jurnal penelitian ilmiah, namun media social bisa juga digunakan guna mengkonstruksi wacana feminisme. Menurut William Outhwaite feminism merupakan sebuah bentuk usaha komunikasi atau dukungan yang berkaitan dengan isu kesetaraan gender laki-laki dan perempuan, dibarengi dengan kesepakatan dan komitmen guna mengangkat kedudukan wanita. Asumsi dasar dari adanya suatu Gerakan feminism disebabkan oleh kondisi kedudukan yang tidak sederajat, ketimpangan gender, atau realitas social yang terjadi karena perbedaan jenis kelamin (Outhwaite, 2008) . . Hal tersebut tertuang dalam Al-qu'ran surat An-Nisa ayat 34 yang berbunyi :

لِرَجَالٍ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ
أَمْوَالِهِمْ ۗ فَالصَّالِحَاتُ قَانِتَاتٌ حَافِظَاتٌ لِّلْغَيْبِ بِمَا حَفِظَ اللَّهُ ۗ وَاللَّاتِي تَخَافُونَ

نُشُوْرُهُنَّ فَعِظُوْهُنَّ وَاهْجُرُوْهُنَّ فِي الْمَضَاجِعِ وَاضْرِبُوْهُنَّ ۗ فَاِنْ اَطَعْتَكُمْ فَلَا تَبْغُوْا
عَلَيْهِنَّ سَبِيْلًا ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ عَلِيْمًا كَبِيْرًا

Artinya : Kaum laki-laki adalah pemimpin bagi kaum Wanita, oleh karena Allah telah melebihkan sebgaiian mereka (laki-laki) atas sebgaiian yang lain (wanita), dan karena mereka (laki-laki) telah menafkahkan sebagian harta mereka. Sebab itu maka Wanita yang saleh ialah yang taat kepada Allah lagi memelihara diri ketika suaminya tidak ada , oleh karena Allah telah memelihara (mereka). Wanita-wanita yang kamu khawatirkan nusyuznya, maka nasehatilah mereka dan pisahkan mereka di tempat tidur mereka, dan pukulah mereka. Kemudian jika mereka mentaatimu, maka janganlah kamu mencari-cari jalan untuk menyusahkannya. Sesungguhnya Allah Maha Tinggi lagi Maha Besar.

Para pejuang feminisme menolak apabila ayat tersebut dimaknai sebagai kaum laki-laki harus menjadi pemimpin dalam sebuah kehidupan rumah tangga. Bagi mereka, kedudukan kaum perempuan dibawah bayang-bayang pemimpin laki-laki merupakan hasil dari konsep budaya yang dikonstruksi oleh masyarakat, hal tersebut bukanlah alamiah atau kodrati (Husaini & Husni, 2015). Kaum wanita yang memiliki pengetahuan yang luas, intergritas, independent, dll mungkin akan lebih baik dalam menjadi seorang pemimpin. Keberadaan seorang pemimpin tidak selalu berorientasi pada laki-laki. Kepemimpinan merupakan bukan karakteristik yang abadi dari semua laki-laki, begitupun mengurus rumah tangga bukan menjadi karakteristik abadi dari seorang wanita.

Terjalinya proses komunikasi antara individu ataupun kelompok merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi dan dijalankan. Terdapat sebuah cara baru guna melestarikan proses komunikasi yaitu terjadinya interaksi di dalam ruang cyber. Munculnya eksistensi komunitas online merupakan hasil produksi dari lahirnya internet dalam pemanfaatannya (Rahmania & Pamungkas, 2018). Di Instagram terdapat sebuah komunitas online yang bernama @indonesiabutuhfeminis. Komunitas ini menggunakan tag line yaitu "*Akun perlawanan terhadap segala bentuk penindasan, suka menyentil manusia*

berprevilese yang tidak akan sadar dan tidak empati". Penggunaan tag line tersebut dapat dielaborasi bahwa akun ini menentang langgengnya budaya patriarki yang dianut dan diterapkan oleh kaum laki-laki. Budaya patriarki menurut (Rokhmansyah, 2013) menempatkan kedudukan kaum laki-laki pada struktur yang paling dominan. Implikasi dari dominasi patriarki memunculkan kesenjangan social dan ketimpangan gender yang berdampak pada segala aktivitas kegiatan manusia. Seseorang yang menganut system patriarki dianggap tidak mempunyai rasa empati dan sadar bahwa perlakuan mereka tidak menciptakan *equilibrium* di dalam masyarakat.

Akun @indonesiabutuhfeminis dalam membangun konstruksi pesan telah menarik pengikut sebanyak 43.2k. Para pengikut @indonesiabutuhfeminis pada dasarnya sangat plural. Bisa dikatakan begitu karena terdiri dari berbagai ras, agama, suku, orientasi seksual, gender, usia, dan suatu faham yang dianut. Akun ini sejatinya meluruskan stigma dari masyarakat yang masih kabur perihal memahami faham feminisme. Feminisme sendiri bukan menempatkan perempuan pada tingkat yang superior, namun lebih tepatnya menyetarakan. Dari salahnya pemahaman perihal feminisme teretuslah istilah baru yaitu *feminazi*. Terciptanya istilah baru tersebut akun @indonesiabutuhfeminis coba meluruskan maknanya. Keinginan akun @indonesiabutuhfeminis ternyata beranding terbalik.

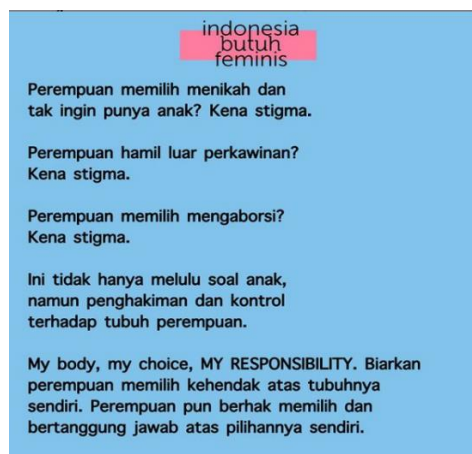
Gambar 1. konten edukasi @indonesiabutuhfeminis



Sumber: postingan @indonesiabutuhfeminis 2021

Mayoritas pemahaman feminisme yaitu bentuk pemberontakan dari ketidakadilan yang diterima oleh kaum perempuan. Mayoritas pemberontakan dilakukan oleh kaum perempuan dengan asumsi mereka yang selalu mendapatkan dampak buruk dari struktur yang dibangun. Keberadaan feminisme sejatinya tidak selalu bermakna negative. Gerakan feminisme bisa dikatakan bermakna negative apabila sudah keluar dari tujuan utamanya (Nugroho, 2008). Ketidakadilan yang diterima oleh kaum perempuan dimanifestasikan dalam bentuk subordinasi, marginalisasi, kekerasan dan stereotype gender. Signifikansi dari adanya gerakan feminisme untuk menyetarakan kedudukan antara laki-laki dan perempuan sehingga tidak terjadi ketimpangan. Akun @indonesiabutuhfeminis memproduksi konten tentang ketimpangan gender melihat dari segala aspek seperti agama, budaya, ekonomi, seksualitas, social, dan politik.

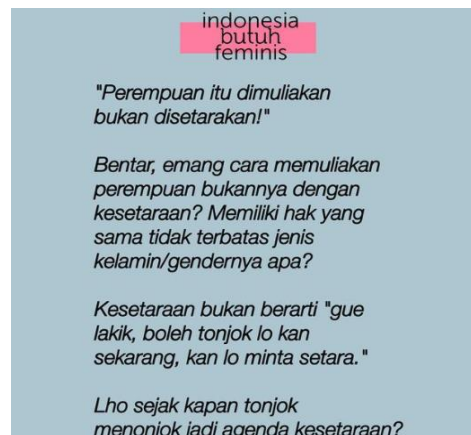
Gambar 2 konten ketimpangan gender @indonesiabutuhfeminis



Sumber: postingan @indonesiabutuhfeminis 2021

. Tidak difokuskannya pada satu aspek saja karena sangat begitu beragam sekali problematika ketimpangan gender yang terjadi di dalam masyarakat. Ketimpangan gender hingga saat ini masih sangat relevan. Tidak bisa dipungkiri ketimpangan yang terjadi bisa saja muncul aspek baru karena pada dasarnya gerak masyarakat selalu dinamis. Selain mengedukasi perihal ketimpangan yang terjadi akun @indonesiabutuhfeminis juga melakukan kampanye tentang kesetaraan gender.

Gambar 3 konten kampanye kesetaraan gender @indonesiabutuhfeminis



Sumber: postingan @indonesiabutuhfeminis 2021

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis pembangunan diskursus feminisme melalui media Instagram dinilai membawa dampak positif untuk meningkatkan rasa *awareness* masyarakat dalam implementasi kesetaraan gender. Peran media social sangat penting dalam membentuk paradigma yang berkaitan dengan issue gender melalui visualisasi yang ditampilkan didalamnya. Keberadaan media social memberikan kesempatan kaum perempuan untuk melakukan bentuk perlawanan lebih variative, inovatif, dan aktif melalui produksi konten. Media social juga menciptakan perubahan ekosistem dan budaya kerja yang lebih fleksibel dan aktif dalam gerakan social, memunculkan tempat diskusi baru yang bisa dijangkau oleh siapapun antara pihak produsen dan konsumen dengan dukungan internet dan sinyal digital (Theda, 2014).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang konstruksi pesan feminisme melalui media social pada akun Instagram @Indonesiabutuhfeminis. Penelitian ini juga mempunyai tujuan membahas penampilan visualisasi tentang feminisme tidak hanya tertelak pada teks saja, namun penampilan visualisasi feminisme di media social bisa diimplementasikan oleh para pengikut dalam menjalankan aktivitasnya. Penampilan visualisasi feminisme di media social merupakan cara baru dalam melakukan sebuah bentuk perlawanan terhadap budaya patriarki.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana langkah-langkah akun @indonesiabutuhfeminisme menyajikan konten pesan-pesan feminisme?
2. Bagaimana analisis penyajian konten feminisme pada akun @indonesiabutuhfeminis?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui bagaimana akun @indonesiabutuhfeminis mengkonstruksi pesan-pesan feminisme melalui media sosial.
2. Untuk mengetahui mengapa penyajian konten feminisme dilakukan oleh akun @indonesiabutuhfeminisme.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a) Menjadi sumber referensi penelitian lebih lanjut tentang konstruksi pesan feminisme melalui media digital serta para peneliti yang tertarik dengan kajian sosiologi *cyber*
 - b) Memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang sosiologi.
2. Manfaat Praktis
 - a) Dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pemerintah dan para akademisi guna menciptakan strategi menciptakan kesetaraan gender di Indonesia.
 - b) Dapat memberikan pengetahuan baru bagi peneliti selanjutnya tentang fenomena feminisme yang dikonstruksi di media digital Instagram.

E. Tinjauan Pustaka

Sejauh pengetahuan penulis, penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Peneliti akan membaginya menjadi tiga tinjauan yang meliputi; efektivitas

instagram, fenomena terjadinya ketimpangan gender, dan *cyberfeminisme*. Adapun penelitian yang relevan, diantaranya :

1. Efektivitas Instagram

Pertama, artikel penelitian yang ditulis oleh Ahmad Rafi dan Assas Putra yang berjudul ‘*Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Dakwah Masjid Al Lathiif Dalam Akun @masjidallathiif*’. Dalam penelitian mengulik tentang pemanfaatan media sosial khususnya Instagram guna menjadi alat baru guna menyampaikan dakwah dan memberi stimulus kepada para jamaah agar lebih tertarik untuk datang ke masjid melalui konten yang diproduksi tanpa harus melanggar akidah dan syariat agama islam. Hasil penelitian menunjukan strategi yang digunakan memproduksi konten melalui Instagram karena sasaran utama akun ini yaitu anak muda dan mayoritas para penggunanya pun juga. Produksi konten dakwah sesuai dengan segmentasi yang lebih detail seperti konten yang bertajuk *afterwork* yang ditujukan kepada pengusaha muda yang beragama islam. Konten yang telah dibuat dan memiliki target diimplementasikan ke dalam bentuk visualisasi seperti gambar dan video. Maka dari itu akun tersebut sukses menarik perhatian karena terstruktur, jelas tarhet dan tujuannya (Kamarullah & Putra, 2020)

Kedua, artikel penelitian yang ditulis oleh Ghina Shabrina dan Anna Fatchiya yang berjudul “*Efektivitas Instrgram EARTH HOUR BOGOR Sebagai Media Kampanye Lingkungan*”. Hasil penelitian ini menjunkan bahwa akun instrgram @ehbogor yang dimana dimanffatkan untuk melakukan kampanye mempunyai implikasi. Akun tersebut tersebut bisa memberi dampak kepada para pengikut karena memberi rangsangan perhatian yang dimana pada akhirnya menimbulkan ketertarikan guna mengetahui lebih dalam, berkeinginan ikut terlibat langsung, dan megikuti segala bentuk

aktivitas yang diselenggarakan dan melibatkan juga orang yang diluar komunitas online tersebut. Hal tersebut bisa terjadi karena terdapat factor yang mempengaruhi yaitu domisili tempat tinggal dan frekuensi pemberian informasi terkait kampanye yang disampaikan pada tahap perhatian, ketertarikan yaitu jenis pekerjaan, frekuensi pengikut dalam mengakses Instagram, dan kejelasan pemberitaan kampanye. Pada tahap keinginan tidak ditemukan variable yang mempunyai dampak, sedangkan terakhir tahap tindakan yaitu domisili tempat tinggal dan motivasi pengikut dalam mengakses Instagram (Ulfa & Fatchiya, 2019)

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Nia Auliani dengan judul “*Informasi Kesehatan Reproduksi (Kespro) Dan Seksualitas Remaja Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @tabu.id)*”. Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa para remaja mampu memodifikasi sebuah perubahan, terutama media social Instagram sebagai hasil komunikasi yang menghasilkan suatu informasi, dan pola perilaku yang berkesinambungan dengan terbentuknya masyarakat cyber untuk membahas isu atau topik informasi kesehatan reproduksi (kespro) dan seksualitas remaja. Aktifitas dan interaksi dalam media sosial dapat menunjukkan budaya yang dikonstruksi dalam menyajikan konten yang bersifat mengedukasi pada akun instagram @tabu.id melalui pola interaksi berupa tindakan *followers* pada aktifitas komunikasi dan informasi media sosial pada akun instagram @tabu.id, *followers* dapat memberikan tanggapan pada konten atau tanggapan yang ditulis oleh pengguna instagram atau followers lain, untuk berdiskusi secara terbuka berupa komentar di media social (Auliani, 2020).

Ketiga penelitian diatas mempunyai kesamaan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti, tentang bagaimana pemanfaatan media Instagram untuk proses pembagian informasi.

Tidak hanya itu saja keberadaan komunitas online di ruang cyber menunjukkan bahwa instagram dijadikan media yang dianggap paling efektif dalam pengambilan suatu keputusan dan penyampaian suatu pesan yang dapat dijangkau dan dikonsumsi oleh public. Perbedaan penelitian terletak pada tujuan pemanfaatan instagram itu sendiri. Pada penelitian ini peneliti akan berfokus pada efektivitas, implikasi dan proses dialektika yang terjadi yang dimana pada akhirnya memunculkan konflik di ruang cyber pada saat pengelola akun akan mengkonstruksi dan menyampaikan pesan feminisme pada akun isntgram @indonesiabutuhfeminisme.

2. Ketimpangan Gender Yang Terjadi Di Dalam Masyarakat

Pertama, artikel penelitian yang ditulis oleh I Wayan Wastawa dan I Wayan Suwadnyana yang berjudul ''*Bias Gender Kapangkuan Di Desa Mengesta Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan*'' . Penelitian ini menganalisa fenomena sosial budaya terhadap ketimpangan hak dan kewajiban antara *pamangku lanang* dan *pamangku istri* di Desa Mengesta. Dalam penelitian ini menunjukkan munculnya factor-faktor ketimpangan gender dalam *kapangkuan* 1) system *purusa* dan *pradana* dalam budaya Bali; 2) Laki-laki yang mempunyai sifat superior dalam *kapamangkuan*; 3) Pendidikan *kapamangkuan* lebih mengutamakan *pamangku lanang*; 4) terdapat *steoritype* terhadap *pamangku istri* yang dimana hanya melibatkan ranah domestic sebagai pembuat *upakara*; 5) factor mitpr oerihal mesntruasi. Tidak hanya itu saja di des aini terdapat klasifikasi gender *kapamangkuan* yaitu: 1) tekah terjadi *steoritype* terhadap *pamangku istri* sebagai sosialisasi Wanita ke dalam polaritas gender; 2) system Pendidikan *kapamangkuan* melalui pembedaan biologis; 3) system perkawinan kedua yang diilhami tidak sesuci pernikahan pertama; 4) melalui pola pakaian *pamangku*

istri yang tidak jelas; 5) penggenderan melalui adat (Wastawa & Suwadnyana, 2021)

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Satya Pradina yang berjudul “*Presepsi Perempuan Pesisir Tentang Peran Ganda (Studi Kasus: Di Tambak Lorok, Tanjung Mas Semarang)*”. Penelitian ini menunjukkan telah terjadi fenomena terhadap perempuan yang mengerjakan peran ganda. Dari fenomena tersebut muncullah beberapa pandangan dalam menyikapi terjadinya peran ganda oleh perempuan pesisir. Perempuan pesisir telah mengalami dinamika yaitu dengan melakukan perubahan yang mengharuskan mereka mengerjakan peran ganda. Implementasi peran ganda tersebut dilandasi karena faktor ekonomi. Terdapat tiga pembagian peran pada masyarakat pesisir yakni peran domestik, peran publik dan peran sosial. Perempuan pesisir Tambak Lorok yang berprofesi sebagai buruh pabrik membagi peran keluarga bersama dengan suami, berbeda dengan keluarga yang berlatarbelakang sebagai nelayan pembagian kerja dilakukan sesuai dengan jenis kelamin. Adanya peran ganda perempuan menyebabkan munculnya berbagai pandangan dalam masyarakat pesisir. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perempuan pesisir untuk berperan ganda, diantaranya faktor pendidikan, ekonomi dan budaya (Pradina, 2019)

Ketiga, artikel penelitian yang ditulis oleh Risdwati Ahmad dan Reni Dwi Yunita yang berjudul “*Ketidakadilan Gender Pada Perempuan Dalam Industri Pariwisata Taman Nasional Komodo*”. Penelitian menunjukkan ditemukannya 1) perempuan tidak diberikan akses yang leluasa pada saat berkunjung di Taman Nasional Komodo, 2) tingkat partisipasi perempuan dalam pekerjaan pariwisata sangat rendah, yaitu sebagai penjual makanan di warung, 3) keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan pariwisata masih rendah, 4) laki-laki lebih diuntungkan

dari keberadaan Taman Nasional Komodo dibandingkan dengan perempuan, 5) bentuk ketidakadilan gender yang dialami perempuan adalah marginalisasi, subordinasi, stereotype, beban ganda, dan kekerasan (Ahmad & Yunita, 2019)

Ketiga penelitian diatas mempunyai kesamaan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti, tentang ketimpangan yang terjadi pada kaum perempuan. Kaum perempuan dimanifestasikan ke dalam empat bentuk yaitu subordinasi, marjinalisasi, kekerasan, dan steoreotype gender. Ketimpangan gender terjadi karena masih langggengnya budaya patriarki di dalam masyarakat. Implementasi budaya patriarki membuat kaum perempuan tidak mempunyai ruang lebih guna mengekspresikan dirinya. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada locus penelitan. Peneliti mengambil locus penelitian pada sebuah akun instgram yang bernama @indonesiabutuhfeminis. Perbedaan penelitian juga terletak pada gerakan feminisme yang terdapat diruang cyber yang kemudian dijadikan bahan untuk analisis.

3. Cyberfeminisme

Pertama, artikel penelitian yang ditulis oleh Salim Alatas dan Vinnawaty Sutanto yang berjudul “*Cyberfeminisme Dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Baru*”. Hasil penelitian bahwa feminisme merupakan sebuah gerakan pembebasan yang tertuju pada kaum perempuan telah masuk pada ranah media baru serta pengaplikasiannya sudah dianggap menjadi isu penting dalam gerakan mereka; cyberfeminisme merupakan hasil penting dari penerapan tersebut. Media baru dalam prespektif cyberfeminisme telah memberikan sebuah wilayah yang besar, wilayah dengan arena tujuan dari cyber space, yaitu proses teknologi yang digenderisasi, dengan cara pemberdayaan perempuan melalui techno-budaya. Para

cyberfeminis beranggapan bahwa perempuan secara alami cocok untuk menggunakan media baru. Cyberfeminis juga mempunyai tujuan yaitu untuk melakukan pemberdayaan perempuan melalui penggunaan media baru dengan melakukan perlawanan pada budaya patriarki yang mengelilingi penggunaan teknologi. Dalam artikel ini juga membahas bagaimana para pejuang feminis (cyberfeminis) menggunakan new media sebagai wahana untuk memberdayakan dan membebaskan diri mereka sendiri dari male-dominated discourses. Artikel ini juga memberikan pandangan alternatif-alternatif tentang bagaimana seharusnya perempuan secara optimal menggunakan new media untuk pemberdayaan (Alatas & Sutanto, 2019).

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Luluk Istiarohmi yang berjudul “*Cyberfeminism Sebagai Strategi Untuk Menciptakan Kesetaraan Gender Melalui Teknologi Komunikasi (Studi Etnografi Virtual Terhadap Akun Twitter Magdalene)*”. Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa (1) Pemanfaatan media baru digunakan tempat untuk mengupayakan penciptaan kesetaraan gender, Akun Magdalene mengimplmentasikan konsep *cyberfeminisme* dengan dua strategi yaitu memiliki ruang tersendiri untuk membahas wacana tentang gender, dan dijadikan domain utama dalam menyampaikan informasi kepada publik yang dimana pada akhirnya menciptakan ruang publik baru. (2) Twitter tidak cukup baik untuk menjadi ruang publik yang ideal, akan tetapi tetap dapat dikatakan sebagai ruang publik karena fungsinya sebagai media untuk spread awareness. Kemudian, dari usaha Magdalene untuk spread awareness tersebut, menciptakan sebuah gerakan kesetaraan gender yang sifatnya lebih personal (Istiarohmi, 2020)

Ketiga, artikel penelitian yang di tulis oleh Trisna Andarwulan yang berjudul “*Cyberfeminism:Wajah Baru*

Pembebasan Diri Kaum Perempuan”. Hasil penelitian menghasilkan kajian yaitu salah satu gerakan baru yang dilakukan kaum feminis di era globalisasi yang serba digital adalah melalui dunia maya, dunia cyber. Ini kemudian dikenal dengan cyberfeminis. Sifatnya yang „cross-boundary nature’ yaitu melampaui dunia secara fisik dan geografis sebagai medan sosial baru bagi para feminis untuk menjelajahi kebebasan baru dalam membangun relasi dan identitas mereka. Salah satu aplikasi dari gerakan cyberfeminis adalah dengan maraknya cerpen dan novel yang dipublikasikan di dunia maya. „Run Away with You’ merupakan salah satu cerpen yang dikaji dalam tulisan ini (Andarwulan, 2017)

Ketiga penelitian diatas mempunyai kesamaan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti tentang cyberfeminisme. Cyberfeminisme sendiri upaya untuk melakukan pemberdayaan di media baru. Media baru dewasa ini merupakan tempat yang menjajikan untuk proses melakukan pemberdayaan. Cyberfeminisme sendiri berangkat dari paham feminisme yang dimana paham ini berupaya untuk menyuarakan ketimpangan gender yang terjadi pada kaum perempuan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada focus fenomena konstruksi pesan dan dampak dari edukasi di dalam media baru yang dilakukan oleh akun @indonesiabutuhfeminisme. Konstruksi pesan tersebut kemudian akan dianalisis menggunakan metode analisis cyber.

F. Kerangka Teori

1. Definisi Konseptual

a. Konstruksi Pesan

Melalui karya dari Harold Lasswell yang berjudul *The Structure and Function of Communication in society*, memaparkan bahwa salah satu cara yang paling baik guna menjelaskan makna

dari terjadinya proses komunikasi yaitu menjawabnya dengan pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*. Melalui paradigma tersebut dapat ditelaah unsur yang terkandung dalam proses komunikasi meliputi: komunikator, pesan, media, komunikan, dan pengaruh. Pada saat proses komunikasi berlangsung pesan dianggap mempunyai peranan sangat penting karena pesan tersebut dilayangkan kepada lawan bicara. Pesan merupakan suatu hal yang bermakna yang disampaikan kepada lawan bicara guna kedua belah pihak mempunyai kesamaan pemahaman terhadap suatu pesan. (Effendy, 2003). Pesan yang dilayangkan kepada lawan bicara bisa berupa teks, ucapan lisan, maupun gestur tubuh yang didalamnya mempunyai symbol-simbol yang menghasilkan makna dan telah dimaknai bersama.

Konstruksi pesan dapat diartikan sebagai bentuk susunan yang bersumber dari realitas yang mempunyai korelasi guna menghasilkan suatu pesan yang bermakna bagi lawan bicara. Konstruksi pesan yang dilayangkan oleh suatu individu ataupun kelompok sosial merupakan sebuah kegiatan yang mempunyai tujuan untuk mengkonstruksi suatu makna kepada khlayak umum yang belum tahu mengenai pesan tersebut. Pada saat melakukan konstruksi suatu pesan harus diawali oleh orang yang memproduksi pesan tersebut. Dalam film yang berperan sebagai komunikator. Setiap aktor yang memproduksi film hidup dalam masyarakat ataupun dalam lingkungan yang berbudaya, maka aktor tersebut setidaknya dunia film yang dibuat juga berangkat dari dunia asli (Sumarno, 1996).

b. Feminisme

Keberadaan feminisme ditengah masyarakat dipahami sebagai suatu gerakan kaum perempuan yang mempunyai tujuan yaitu persamaan hak mencakup berbagai aspek seperti sosial,

ekonomi, pendidikan, dll terhadap kaum laki-laki. Hadirnya keberadaan feminisme ditengarai akibat terjadinya fenomena bias gender antara hubungan kaum laki-laki dan perempuan di dalam tatanan ruang lingkup masyarakat. Fenomena tersebut membawa arah kaum perempuan untuk mengapuskan ketimpangan gender tersebut. Dalam kehidupan sehari-hari keberadaan feminisme hanya sebatas dipahami kaum perempuan hanya menuntut perihal emansipasi, namun maksud dari istilah tersebut mengacu pada terjadinya suatu gerakan sosial yang dilaksanakan oleh kaum perempuan dan laki-laki yang mendukung penuh eksistensi perempuan bisa hadir di ranah publik dan bebas menentukan pilihannya sendiri tanpa harus tebayang-bayangi oleh kaum patriarki. (Hidayati, 2018)

c. Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi sosial merupakan sebuah istilah yang kabur terhadap sebuah ketergantungan yang cakupannya luas dan mempunyai dampak pada perkembangan ilmu sosial. Dalam teori ini gagasan mengenai masyarakat diilhami sebagai suatu realitas yang berasal dari luar individu atau obyektif yang menekan suatu individu dilawan dengan cara pandang alternatif bahwa kedudukan, kekuatan dan gagasan terkait masyarakat diciptakan oleh manusia secara berkelanjutan, dan terbuka untuk dikritik (McQuail, 2011). Peter. L. Berger dan Thomas Luckman yang pertama kali memperkenalkan konstruksi realitas sosial dan membagi menjadi 3 tahapan yaitu eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Ketiga tahapan tersebut berkesinambungan satu sama lain.

2. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Dalam riset sosiologi mempunyai beragam landasan teori guna mengkaji fenomena sosial yang terjadi di dalam masyarakat. Penggunaan sebuah teori mempunyai signifikansi yaitu untuk mengupas dan mengiris

fenomena sosial yang terjadi di dalam masyarakat secara empiris dan komprehensif. Dalam penelitian kali ini peneliti akan menggunakan teori konstruksi realitas sosial. Teori realitas sosial sendiri dibangun oleh Peter. L Berger dan Thomas Luckman. Kedua tokoh tersebut menyoroiti terjadinya proses sosial yang terjadi di dalam ruang lingkup masyarakat yang berangkat dari perilaku, dan komunikasi antar individu yang dimana pada akhirnya menciptakan suatu realitas sosial yang dirasakan bersama-sama secara objektif (Bungin, 2008).

Terdapat beberapa asumsi yang mendasari dari Teori Konstruksi Sosial Berger dan Luckman. Berikut ini beberapa asumsinya (Berger & Luckmann, 1990):

- a. Realitas adalah penciptaan karya manusia yang dibuat secara kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terkait dengan memotret fenomena yang terjadi di dalam masyarakat.
- b. Keterkaitan antara pola pikir manusia dengan lingkungan yang sedang dipotret melalui pikiran, sehingga mengalami perkembangan dan dilembagakan
- c. Kehidupan masyarakat itu selalu dikonstruksi secara berkelanjutan.
- d. Membedakan antara pengetahuan dan realitas. Pengetahuan diartikan sebagai keseluruhan dari susunan realitas-realitas yang dibangun bersifat nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik, sedangkan realitas didefinisikan sebagai mutu yang terkandung dalam kenyataan yang diyakini memiliki eksistensi (*being*) sehingga tidak bersandar pada kehendak pribadi.

Teori Konstruksi Sosial yang dibangun oleh Berger dan Luckman juga berpijak pada sosiologi pengetahuan. Terdapat dua istilah dalam sosiologi pengetahuan yaitu pengetahuan dan realitas. Menurut Berger dan Luckman melalui penuturannya terdapat dua objek pokok dari realitas yang bersinggungan dengan pengetahuan yaitu realitas subyektif dan

objektif. Realitas subjektif pengetahuan diperoleh melalui pikiran yang dikonstruksi dalam diri, disisi lain suatu realitas merupakan penjabaran dari realitas yang dimiliki oleh individu dan dibangun melalui proses internalisasi. Sedangkan realitas objektif diartikan sebagai fakta sosial. Fakta sosial sendiri suatu realitas sosial yang terbentuk diluar individu. Adanya fakta sosial tersebut berdampak pada perilaku dan pengambilan sebuah tindakan yang mapan yang tidak tampak namun dihayati dalam diri sebagai fakta.

Pada tahap pengambilan sebuah kesimpulan secara umum membangun pengetahuan berdasarkan pengetahuan dalam memaknai symbol. Berger dan Luckman mengutarakan bahwa keberadaan masyarakat bisa membentuk individu. Dalam proses pembentukan tersebut terjadinya interaksi antara kedua belah melalui tiga tahap yaitu eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi (Bungin, 2008, pp. 14-15).

a. Ekternalisasi

Tahap ini menjadi pondasi dasar terhadap pola perilaku dialektika antara suatu individu dengan hasil realitas yang diciptakan oleh masyarakat. Dari hasil tersebut kemudian individu melakukan proses pengenalan dengan suatu realitas sosial yang kemudian diimplementasikan ke dalam dunia sosio-kulturnya sebagai bagian dari penciptaan karya manusia.

Pada proses pengenalan dengan realitas sosial disajikan bahwa kaum perempuan dalam segala ranah yang tidak unggul dibandingkan kaum laki-laki. Kaum perempuan merupakan dikonstruksi sebagai makhluk yang lemah, sehingga mempunyai dampak ditempatkan pada ranah domestic dan ketika dalam kehidupan rumah tangga harus taat kepada perintah suami. Pada dasarnya bahwa perempuan harus tunduk, namun disatu sisi tidak menutup kemungkinan kaum perempuan untuk mengekspresikan dirinya diruang publik dengan berbekal fisik dan

pengetahuannya. Dalam segala aspek kaum laki-laki memiliki *previllage* lebih. (Susanto, 2015).

b. Obyektivasi

Pada tahap ini suatu individu melakukan obyektivasi terhadap realitas sosial yang diciptakan, baik dari pencipta ataupun orang lain. Hal tersebut bisa dilakukan tanpa adanya pertemuan tatap muka untuk terciptanya interaksi, karena obyektivasi bisa berlangsung melalui beberapa opini yang dikonstruksi yang kemudian mengudara baik di ruang maya ataupun nyata. Keberadaan opini tadi merupakan produk sosial yang selalu mengalami perkembangan.

Tahap obyektivasi ini semua orang akan membicarakan terkait feminisme. Dari proses pengenalan terhadap realitas sosialnya bahwa pejuang feminisme mendobrak ideologi yang dimana kaum perempuan yang selalu ditempatkan sebagai *The Second Sex* karena terbayang-bayang oleh budaya patriarki yang kemudian merugikan dalam benak kaum perempuan, maka terjadilah obyektivasi karena setiap orang membicarakan dan mengenali ideologi feminisme. Dari semua orang yang banyak membicarakan terkait ideologi feminisme bisa dikatakan diterima oleh semua orang dan dianggap sebagai realitas obyektif.

c. Internalisasi

Pada tahap ini dimaknai sebagai penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran. Hasil dari proses internalisasi yaitu manusia menjadi hasil dari konstruksi masyarakat. Tahap penting dalam aspek internalisasi dapat dilihat dalam segi sosialisasi guna mengalihkan symbol yang dimaknai yang kemudian terobyektivasi secara estafet dari generasi ke generasi selanjutnya. Setiap individu ataupun entitas sosial dalam proses mengkonstruksi didasari oleh pengalaman, preferensi, kepentingan, dll sebagai latar belakang tingkat daya penafsiran realitas sosial sesuai dengan bagaimana cara dan hasil konstruksinya.

Melalui teori yang sudah dijelaskan diatas, terdapat tiga tahap konstruksi sosial realitas yang mendukung implementasi konstruksi pesan yang dilakukan oleh akun @indonesiabutuhfeminisme untuk melakukan perlawanan terhadap budaya patriarki. Dengan teori tersebut peneliti akan menggali data dan menganalisa data-data yang diperoleh di lapangan yang meliputi; konstruksi pesan yang dilakukan akun @indonesiabutuhfeminisme dan tujuan mengedukasi para *followers* terkait gerakan feminisme. Teori konstruksi realitas sosial merupakan teori yang akan digunakan peneliti untuk acuan dalam penelitian ini, karena teori ini dapat membantu menjelaskan mengapa akun @indonesiabutuhfeminisme melakukan konstruksi pesan feminisme melalui media Instagram. Pemilik akun melakukan konstruksi pesan tersebut dikarenakan terdapat sesuatu yang mendesak ia untuk bertindak.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan netnography. Menurut Denzin & Lincoln (1994) mengemukakan bahwa riset kualitatif merupakan riset yang menempatkan realitas sosial dijadikan sebagai kajian kemudian dianalisis menggunakan metode yang ada. Riset kualitatif menurut (Anggito & Setiawan, 2018) riset yang menyandarkan pada penangkapan dan memotret realitas sosial yang terjadi di dalam masyarakat secara holistik, kompleks, dan rinci. Penggunaan menggunakan metode kualitatif deskriptif, peneliti dapat memaparkan bagaimana konstruksi pesan feminisme melalui media digital pada akun instagram @indonesiabutuhfeminis.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan netnografi. Pendekatan ini merupakan sebuah metode yang digunakan untuk memotret fenomena *cybermatics space* (*cyberspace*) berupa teks yang kemudian dipublikasi. Dalam

informasi tersebut terdapat budaya dan masyarakat yang hadir di ruang maya. Studi netnografi juga salah satu pendekatan yang khusus diwacanakan guna memahami dan mengulik eksistensi dari sebuah budaya yang muncul ditengah-tengah komunitas online (Bowler Jr, 2010). Keistimewaan dari pendekatan ini yaitu mencari istilah yang tidak dilafalkan melalui ucapan yang terdapat dalam komunitas online.

Pendekatan ini mempunyai focus pada studi yang bergulat dengan ruang maya. Menurut (Kozinets, 2015) netnography diaplikasikan guna memahami tipe dari hubungan sosial yang terintegrasi oleh jaringan sosial yaitu media massa. Netnography mencoba menganalisis kedudukan dan pola dari hubungan antar actor yang selaku admin dari @indonesiabutuhfeminis (nodes) dan hubungan antar pengikut sebuah akun media sosial disebut tie.

2. Sumber dan Jenis Data

a) Data Primer

Sumber data yang didapatkan peneliti secara langsung serta sebagai data utama yang digunakan peneliti. Dalam hal ini adalah wawancara dan observasi.

b) Data Sekunder

Sumber data yang didapatkan peneliti secara tidak langsung dan sebagai bahan pendukung dari data primer. Dalam hal ini adalah; buku, journal, video, dan foto yang bersumber dari internet.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

a) Observasi Partisipatoris

Observasi atau pengamatan merupakan suatu kegiatan yang tersusun secara sistematis memahami dan

memotret problematika baik itu berhubungan dengan konflik fisik maupun konflik batin. Dalam melakukan observasi peneliti bertindak sebagai partisipan dan non partisipan. Peneliti mencoba mempelajari dan memahami perilaku orang-orang yang terlibat didalamnya dengan jalan sedapat mungkin berpartisipasi secara penuh (Rukajat, 2018). Dilakukannya observasi mempunyai tujuan yaitu memvisualisasikan realitas sosial terhadap objek yang dijadikan kajian. Seberapa jauh dan mendalam peneliti mengerti mahami kondisi, problematika dan konteks dan memvisualisasikan sealamiah mungkin dijadikan tolak ukur keberhasilan dari suatu riset (Raco, 2010).

Proses observasi partisipan peneliti menggali informasi mengenai kehidupan beserta tempat tinggal yang kemudian disajikan dengan fakta sosial yang terjadi. Dalam observasi partisipan untuk sementara waktu menjadi bagian dalam ruang lingkup yang akan dikaji (Sugiyono, 2012). Peneliti akan terlibat langsung dalam komunitas @indonesiabutuhfeminis, peneliti akan mengamati aktivitas dan interaksi dari akun @indonesiabutuhfeminis melalui; konten postingan *feed*, *tag*, komen, *like*, instastory, QnA, dan IG live.

b) Studi Dokumentasi

Dalam penelitian kali ini peneliti akan menggunakan teknik studi dokumentasi. Studi dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk menunjang penelitian kualitatif guna memperoleh gambaran dari perspektif narasumber. Berbagai perspektif tersebut kemudian ditelaah kepercayaan dan bukti terjadinya suatu peristiwa. Hasil dari proses observasi akan lebih kuat lagi apabila ditunjang dengan dokumentasi terkait kajian yang diteliti (Satori & Komariah,

2009). Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan meng-*capture* (*screenshoot*) beberapa postingan aktivitas yang ada di akun @indonesiabutuhfeminis.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan teknik analisis media cyber. Penggunaan model teknik analisis data ini karena mempunyai hubungan dengan kajian yang akan dilakukan pada ruang cyber terhadap pesan yang dikonstruksi oleh akun @indoneisabutuhfeminisme. Pada teknik analisis ini terbagi kedalam empat tingkatan yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*). Dari keempat tingkatan tersebut masing-masing mempunyai kategorisasi yaitu pada tingkatan mikro dan makro. Pada tingkatan mikro mengarah pada analisis teks yang masuk ke dalam ruang media dan dokumen data. Pada tingkatan ini peneliti dapat menjabarkan terkait pemanfaat media Instagram, tautan yang ada dan fenomena yang muncul dipermukaan. Sedangkan pada tingkatan makro memotret bagian dari suatu uraian yang berdampak terhadap postingan akun @indonesiabutuhfeminisme (Rulli, 2014). Berikut ini uraian keempat level dalam analisis media *cyber*:

a. Ruang media (*Media Space*)

Pada tahapan ini memuat tentang susunan perangkat dan penyajian yang terdapat pada media Instagram seperti langkah-langkah memiliki sebuah akun, cara memproduksi dan mengkonstruksi pesan yang terdapat pada akun media sosial, dan bagaimana mengatur kebijakan privasi. Terkait hal tersebut peneliti dapat mendapatkan informasi bagaimana para pengikut ataupun warganet men-*stalking* akun @indonesiabutuhfeminisme, fenomena yang hadir berkat terjadinya interaksi antar individu yang

terdapat di akun @indonesiabutuhfeminisme, dan pemanfaatan fitur yang terdapat pada aplikasi Instagram. Maka dari itu peneliti akan ikut andil dalam memantau akun @indonesiabutuhfeminisme.

b. Dokumen media (*Media Archive*)

Dokumen media memuat tentang konstruksi pesan yang dilakukan oleh akun @indonesiabutuhfeminisme disajikan dalam bentuk poster, video, foto, dan bentuk visualisasi lainnya. Hasil konstruksi pesan tersebut merepresentasikan pendapat, sudut pandang, ideologi, dan identitas yang melekat pada suatu individu ataupun kelompok. Terkait ini, peneliti dapat mendapatkan informasi terkait proses pembuatan dan penyaluran konten pada akun @indonesiabutuhfeminisme serta progress yang dilalui, dan mengetahui nilai yang terkandung dalam konten upaya menciptakan kesetaraan gender, dan penindasan kaum perempuan oleh budaya patriarki, makna dari symbol yang digunakan oleh akun @indonesiabutuhdeminisme. Dokumen yang digunakan dalam riset kali ini yaitu konten berupa gambar, posterm ataupun video *capture* pada akun @indonesiabutuhfeminisme yang bersumber dari *feed* fitur stiker pertanyaan interaktif di Insta Story.

c. Objek media (*Media Object*)

Objek media adalah bagian kecil yang spesifik karena peneliti dapat memotret bagaimana kehidupan komunitas online di ruang cyber dan proses komunikasi antar sesama *user*. Instagram yang mengikuti akun @indonesiabutuhfeminisme, isi konten yang dikonstruksi yang mempunyai kaitan dengan feminisme khususnya konten upaya menciptakan kesetaraan gender, dan bentuk penindasan yang dilakukan oleh penganut budaya patriarki. Tak hanya itu saja peneliti juga ingin mendapatkan informasi terkait *culture* yang terdapat di dalam komunitas online tersebut. Maka dari itu peneliti akan melakukan observasi dengan melihat kolom komentar dalam konten dan melalui proses wawancara online kepada *Co-Founder*

@indonesiabutuhfeminisme dan pengikut yang masuk kedalam kriteria peneliti.

d. Pengalaman (*Experiential Stories*)

Ini merupakan tahapan terakhir, peneliti akan mencari informasi terkait motif konstruksi pesan mempunyai dampak terhadap para pengikut. Dari adanya dampak tersebut peneliti dapat melakukan interpretasi terhadap realitas dari fenomena yang ditemui yang berasal dari informasi gerakan feminisme dalam upaya menciptakan kesetaraan gender berbasis online pada akun @indonesiabutuhfeminisme. Peneliti akan mendapatkan informasi keresahan yang menjadi pendorong untuk mengkonstruksi pesan feminisme pada akun @indonesiabutuhfeminisme, mengetahui respon dari pengikut terkait konten yang dipublikasi pada akun @indonesiabutuhfeminisme. wawancara online kepada *Co-Founder* @indonesiabutuhfeminisme dan pengikut yang masuk kedalam kriteria peneliti.

H. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan Pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KONSTRUKSI REALITAS FEMINISME MELALUI MEDIA INSTAGRAM

Bab ini berisi teori yang mendasari penelitian ini yaitu konstruksi realitas sosial, feminisme, dan media sosial Instagram sebagai tempat untuk mengkonstruksi pesan.

BAB III GAMBARAN UMUM AKUN @INDONESIABUTUHFEMINISME

Bab ini berisi gambaran umum akun-akun feminisme yang terdapat di insagram, dan latar belakang hadirnya komunitas online @indonesiabutuhfeminisme

BAB IV ANALISIS KONTRUKSI PESAM FEMINISME PADA AKUN @INDONESIAIBUTUHFEMINISME

Dalam bab ini memaparkan tentang langkah-langkah akun @indonesiabutuhfeminisme dalam menyajikan konten pesan-pesan feminisme.

BAB V HASIL PESAN-PESAN FEMINISME PADA AKUN @INDOENSIABUTUHFEMINISME

Dalam bab ini menjelaskan analisis konten pesan-pesan feminisme yang dikonstruksi oleh akun @indonesiabutuhfeminise.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini meliputi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran-saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

BAB II KONSTRUKSI REALITAS FEMINISME MELALUI MEDIA INSTAGRAM

A. Wacana Membangun Pesan Feminisme Di Media Instagram

1. Konstruksi Pesan

Konstruksi pesan dapat diartikan sebagai bentuk susunan yang bersumber dari realitas yang mempunyai korelasi guna menghasilkan suatu pesan yang bermakna bagi lawan bicara. Konstruksi pesan yang dilayangkan oleh suatu individu ataupun kelompok sosial merupakan sebuah kegiatan yang mempunyai tujuan untuk meng-konstruksi suatu makna kepada khalayak umum yang belum tahu mengenai pesan tersebut. Pada saat melakukan konstruksi suatu pesan harus diawali oleh orang yang memproduksi pesan tersebut. Dalam film yang berperan sebagai komunikator. Setiap actor yang memproduksi film hidup dalam masyarakat ataupun dalam lingkungan yang berbudaya, maka actor tersebut setidaknya dunia film yang dibuat juga berangkat dari dunia asli (Sumarno, 1996)

1. Jenis-Jenis Lambang dan Pesan Dalam Komunikasi

Keberadaan pesan tidak bisa terlepas dari proses komunikasi. Dalam kandungan sebuah pesan terdapat symbol dan kode. Pesan yang dilayangkan oleh komunikator kepada lawan bicara merupakan suatu proses komunikasi yang dimana kondisi sosial budaya yang sedang mengalami perkembangan di suatu ruang lingkup masyarakat sangat berpengaruh. Manusia sebagai mahluk sosial hidupnya berdampingan dengan beraneka ragam symbol baik itu yang dikonstruksi maupun hadir secara alami. Secara umum jenis symbol dan kode pesan terbagi menjadi dua: (Cangara, 2004)

Pesan Verbal, Pesan verbal merupakan jenis pesan yang ketika dilayangkan bentuknya berupa diksi, dan isi yang terkandung dalam pesan tersebut dapat ditangkap oleh lawan bicara berdasarkan apa yang didengarnya. Dengan adanya pesan verbal ini memakai

Bahasa. Bahasa sendiri merupakan sebuah kalimat yang terdiri dari beberapa diksi yang di dalamnya mempunyai makna. Bahasa menjadi aparatus guna memaknai sesuatu fenomena yang sedang terjadi di dalam masyarakat.

Pesan Non-Verbal, Pada saat suatu individu melakukan proses komunikasi busa memakai pesan non non-verbal. Pesan non-verbal merupakan pesan yang dilayangkan tidak memakai penggunaan diksi secara langsung , namun dapat ditangkap isi pesannya oleh lawan bicaranya. Pesan tersebut bisa ditangkap melalui gimik tubuh, tingkah laku, dan gerak-gerik oleh komunikator. Pada jenis pesan ini melibatkan indera penglihatan untuk menangkap rangsangan yang hadir. Pesan ini bisa dikatakan sebagai bahasa isyarat atau bahasa diam (*silent language*).

1. Bentuk-Bentuk Pesan

Komunikasi mempunyai peranan sangat penting bagi manusia untuk bersosialisasi dengan lingkungannya. Komunikasi dapat menjadi jalan dari segala bentuk gagasan yang akan dilayangkan kepada lawan bicaranya. Pesan merupakan unsur penting dalam proses komunikasi karena pesan dilayangkan melalui media yang tepat, penggunaan bahasa yang dapat ditangkap, dan diksi yang sederhana. Dari beberapa hal tersebut pesan juga dapat ditinjau dari segi bentuknya. Menurut (Widajaja, 1988) terdapat tiga bentuk-bentuk pesan, yaitu:

Informatif, bentuk pesan ini mempunyai tujuan untuk menginformasikan yang berisikan fakta dan data, kemudian komunikator menarik sebuah kesimpulan dan mengambil sebuah keputusan atas dirinya sendiri. Dalam kondisi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan pesan persuasive karena pesan ini berdasarkan fakta dan data. Maka dari itu apabila

lawan bicaranya menanyakan kebenarannya pihak komunikator bisa menunjukkan buktinya.

Persuasif, Pesan yang dilayangkan mempunyai tujuan untuk mempersuasi atau membujuk lawan bicaranya. Pihak penerima pesan dalam dirinya bisa membangkitkan pengertian dan kesadaran dalam dirinya dengan ditunjukkannya respon berupa perubahan sikap. Perubahan sikap tersebut berangkat dari dirinya sendiri, Alhasil perubahan tersebut seperti bukan paksaan dan diterima dengan keterbukaan oleh pihak lawan bicaranya.

Koersif, Pesan yang dilayangkan mempunyai sifat untuk memaksa diiringi dengan peraturan yang di dalamnya terdapat hukuman. Adanya hukuman berdampak menumbuhkan tekanan batin dan memberikan rasa takut kepada pihak yang menerima pesan tersebut. Pesan-pesan koersif berwujud perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target.

2. Feminisme

1. Konsep Feminisme

Term feminisme sangat mempunyai kesinambungan dengan gerakan social politik yang mempunyai tujuan untuk memperjuangkan hak. Konsep terkait penciptaan kesetaraan hak berawal dari konsep liberalism. Konseptualisasi feminisme berangkat dari filsafat modern seperti universalisme, individualism, rasionalisme, dan humanism. Konsep-konsep tersebutlah yang akan ditentang oleh pejuang feminisme karena membuat perempuan teralienasi dari anggapan kemanusiaan yang seutuhnya. Maka dari itu untuk membentuk representasi sendiri dalam konsep feminisme alhasil mereka memakai konsep yang sama. Pembangunan konsep feminisme mulai diagendakan sehingga membuat perempuan setara kedudukannya dengan laki-laki.

Selama ini perempuan diberi konsep yaitu *The Other* yang hubungannya selalu untuk didefinisikan dan dimaknai. Kaum perempuan selalu dijadikan objek untuk pembangunan sebuah konstruksi social. Dalam konsep modern perempuan ditempatkan sebagai subjek yang bertentangan dengan subjek laki-laki. Asumsi perempuan ditempatkan sebagai *The Other* disematkan ketika kaum perempuan diberi label berasio dan terisolasi aksesnya (Walters, 2006). Dari hal tersebutlah hadir gerakan perempuan untuk memperjuangkan kesetaraan haknya seperti politik, pendidikan, dan ekonomi. Berangkat dari sinilah dimulainya kesadaran membuat kaum perempuan merdeka mengudara. Menurut Kristeva terdapat tiga gelombang feminisme yakni:

1. Gelombang Pertama

Feminisme gelombang pertama berangkat pada tahun 1792-1960. Pada gelombang pertama ini aliran feminisme lebih mengulas tentang kesenjangan politik terkait kaum perempuan memperjuangkan hak pilih atau lebih tepatnya emansipasi perempuan di ranah politik. Dengan mempunyai hak untuk memilih kaum perempuan dapat melakukan perubahan system dan struktur yang menindas (Gamble, 2010). Pembela hak suara perempuan dikenal dengan Suffragis bersama dengan gerakan abolisionis yang memperjuangkan kulit hitam untuk menyuarkan haknya untuk merdeka.

Gelombang feminisme awal ini juga ditandai dengan upaya beberapa perempuan yang memperjuangkan haknya setelah menikah dan hak asuh anak setelah kasus perceraian. Melalui perempuan mulai aktif dan peka terhadap perempuan yang mengalami ketertindasan. Dari situlah mereka mulai hadirnya beberapa entitas sosial yang memperjuangkan hak-hak perempuan (Gleadle, 2002). Pergerakan aktif feminisme di Inggris berkolaborasi dengan Amerika yang dimana mencapai

tinggal penting pada *Seneca Falls Convention* yang berisikan memberontak dihilangkan segala bentuk diskriminasi yang bersandar pada jenis kelamin.

2. Gelombang Ke-dua

Feminisme gelombang kedua berangka pada tahun 1960-1980. Pada gelombang kedua ini lebih menyoroti ketidaksetaraan budaya dan politik sebagai hal yang berkaitan. Pada feminisme gelombang pertama lebih menyoroti hak pilih, sedangkan feminisme gelombang kedua menyoroti problematic kesetaraan budaya seperti reproduksi, pengasuhan anak dan kekerasan seksual. Pada gelombang kedua ini mempunyai tema besar yaitu *Women Liberation*. Tema tersebut muncul pada karya Simone de Beauvoir yang berjudul *The Second Sex*. Pernyataan tersebut digunakan pada tahun 1966 yang beranggapan gerakan tersebut dianggap sebagai suatu gerakan kolektif yang revolusi. Tiga tahun sebelumnya pada tahun 1963 seorang aktivis feminisme dari Amerika Betty Friedan menghasilkan karyanya yang berjudul *The Feminine Mystique* berisikan suara atas ketidakpuasan dan disorientasi yang dialami perempuan pada saat ditempatkan pada posisi rumah tangga setelah lulus kuliah. Karya tersebut berangkat dari pencarian perempuan yang semula dari tenaga kerja penting ketika berlangsung perang dunia II kembali pada ranah domestic pasca perang. Menurut (Tornham, 2006) pada gelombang feminisme ke 2 hadir dua kelompok:

1. Kelompok Kanan

Pada kelompok kanan di Amerika lebih condong pada ideologi liberalism yakni memperjuangkan perempuan untuk terlibat aktif pada seluruh bidang kehidupan social dengan mengacu kesetaraan hak dan kewajiban pada kaum laki-laki. Sedangkan kelompok kanan di Inggris paling vocal dalam

memberontak ketidakadilan berangkat dari kalangan wanita pekerja yang mengambil sikap untuk mogok kerja guna menuntut persamaan upah.

2. Kelompok Kiri

Pada kelompok kiri di Amerika lebih condong pada ideologi radikalisme. Feminisme pada kelompok ini bersumber dari terjadinya ketimpangan para feminis yang merasa tidak mendapatkan hak yang sama dalam feminisme liberal karena dibedakan pada hal kelas, ras, dan protes terhadap perlakuan kejam Amerika pada perang Vietnam.

3. Gelombang Ke-tiga

Feminisme gelombang ketiga berangkat pada tahun 1980 sampai sekarang. Sangat populer aliran ini berdampak pada dijadikannya rujukan oleh para feminis modern (Gamble, 2010). Feminisme gelombang ketiga berbeda dengan post feminisme karena post feminisme merupakan gerakan yang tidak menerima pokok pemikiran feminis gelombang kedua. Ditinjau dari ide dan gagasannya sebagai contoh, feminis gelombang ini membawa keragaman dan perubahan seperti globalisasi, post kolonialisme, poststrukturalisme, dan post modernisme. Gelombang ini pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh post modernisme yang merupakan pondasi dari lahirnya gelombang ketiga ini. Melalui pernyataan Lyotard dan Vattimo, implikasi dari post modernisme terhadap gelombang ketiga dapat dilihat dari empat ciri yaitu menawarkan pendekatan revolusioner pada kajian ilmu social, mengesampingkan sejarah, mempertanyakan rigiditas pembacaan antara ilmu alam, serta focus pada diskursus yang alternative.

Dari Ketiga gelombang diatas terdapat dua gelombang yang menciptakan beberapa aliran feminis. Penciptaan beberapa aliran feminis terbentuk pada feminis gelombang kedua dan ketiga.

Berangkat dari teori feminis mengemukakan bahwa dampak dari system patriarki yang nampak sekali diimplementasikan, keberadaan mereka justru tidak nampak oleh mayoritas perempuan. Untuk membangkitkan kepekaan terhadap adanya system patriarki perempuan harus melalui tahap seperti mengenyam dunia pendidikan, membangun ulang konsep, dll. Gerakan feminisme menyuarakan pengalaman individu dalam ranah politik yang kemudian dikaji pada akhirnya memunculkan dugaan bahwa problematic pribadi perempuan juga merupakan problematic politik (Gamble, 2010)

3. Media Sosial Instagram

1. Konsep Media Sosial

Menurut Schlagwein, Schoder, dan Fischbach terdapat beberapa fitur yang harus ada dalam sebuah perangkat suatu platform media sosial. Berbagai fitur tersebut guna menunjang dalam pemanfaatan, sebagai berikut: (Schlagwein, Schoder, & Fischbach, 2011)

1. Sociality

Media sosial bisa dikatakan merupakan suatu entitas sosial dan ruang *cyber* mempunyai focus pada terjadinya barter berita. Alhasil, sebuah platform wajib mempunyai fitur ini untuk para pemakainya guna mengakses berita.

2. Openness

Media sosial jumlah para pemakainya tidak bisa dikalkulasi sebelumnya. Alhasil harus adanya pengembangan suatu sistem guna para pengguna dapat berpartisipasi dan terlibat aktif secara bebas sesuai kehendaknya.

3. Contributors

Suatu individu yang berperan mengelola media sosial mempunyai kebebasan dan tidak terbayang-bayangi kepentingan pihak tertentu.

4. Contents

Dalam suatu informasi terdapat sebuah isi. Isi yang diciptakan tersebut merupakan wujud dari sebuah media sosial yang disebut *user-generated*. Alhasil, penyampaian suatu informasi pada sebuah platform bersumber dari pemakai dan informasi tersebut akan kembali lagi kepada para pemakai sesuai dengan pemanfaatannya.

5. *Technology*

Suatu platform media sosial biasanya gampang dimanfaatkan dan juga sebagai *open source software*. Semua platform sebisa mungkin menciptakan tampilan mempertimbangkan para pemakainya mudah untuk memakainya tanpa terkendala kesulitan dalam mengaplikasikannya.

6. *Location*

Sistem dari platform media sosial yaitu luar jaringan (*online*). Alhasil para pemakai bisa berasal dari berbagai manca negara tanpa terbatasnya jarak asalkan terdapat koneksi jaringan internet.

2. Mengetahui Media Sosial Instagram

Salah satu platform media sosial diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010. Aplikasi Instagram sebagai salah satu akun media sosial yang paling banyak diaplikasikan oleh warga masyarakat. Melalui riset yang telah dilakukan dalam kurun waktu 2019-2020 oleh APJJ (Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia) menunjukkan Aplikasi Instagram merupakan akun media sosial ke 2 yang dimana penggunaannya paling sering digunakan. Aplikasi Instagram merupakan akun media sosial yang berbasis visual yang mempunyai ikon berupa perbandingan publikasi 1:1 yang mempunyai kemiripan dengan output polaroid. Aplikasi Instagram sendiri mempunyai beberapa fitur-fitur yang memanjakan para penggunanya seperti:

1. *Direct Message*

Fitur ini terletak pada pojok kanan atas pada tampilan *home* Aplikasi Instagram dengan menggunakan ikon *facebook messenger*. Fitur

Direct Message bisa dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk memproduksi suatu pesan, mengirim foto yang kemudian dikirim langsung ke personal chat ataupun grup dan bahkan melangsungkan panggilan video maupun suara.

2. Instagram *Story*

Fitur ini biasanya dimanfaatkan oleh para pengguna untuk berbagai video siaran langsung, memotret gambar, menambahkan filter ataupun stiker guna mendukung foto atau video dsb. Instagram *Story* dapat disaksikan oleh para user Aplikasi Instagram dimana kalian berada. Fitur ini terletak pada bagian pojok kiri atas dari tampilan *home* Aplikasi Instagram.

3. *Feed Option*

Bentuk publikasi berupa video dan foto yang ada terdapat pada halaman utama dan profil seseorang merupakan dari pemanfaatan fitur *feed option*. Fitur ini bisa dikreasikan secara bebas dan kreatif oleh para penggunanya. Fitur ini terdapat tampilan 3 titik vertical yang terletak pojok kanan atas pada setiap publikasi. Ketiga titik itu mempunyai kegunaan bagi pengguna untuk melaporkan publikasi yang berupa foto dan video yang mengudara di Aplikasi Instagram, meng-copy link dari posting, membisukan notifikasi, dan meng-share konten tersebut ke akun media sosial lainnya.

4. IGTV

Fitur ini merupakan pengembangan dari publikasi berupa video yang ada di Aplikasi Instagram. Pada fitur IGTV bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk melakukan publikasi ataupun menyaksikan video dengan waktu 60 menit lebih. Fitur ini bisa dilihat melalui halaman explore dan untuk video pribadi terletak pada profil feed Aplikasi Instagram.

5. Instagram Menu

Berbagai fitur ini terletak pada bagian bawah tampilan Aplikasi Instagram berikut ini beberapa ikon beserta fungsinya:

1. *Home*

Ini merupakan bawaan dari Aplikasi Instagram feed dari masing-masing pengguna. Pada bagian ini berisi tentang foto dan video yang dipost oleh para pengguna yang kita ikuti baik itu melalui feed ataupun Insta Story.

2. *Explore*

Ikon ini berlogo kaca pembesar yang biasanya dimanfaatkan oleh pengguna guna menjelajahi akun pengguna lain yang tidak diikuti. Publikasi yang muncul di fitur ini hadir berdasarkan hasil algoritma dari masing-masing pengguna akun Aplikasi Instagram.

3. *Profil*

Menyajikan tampilan dari sebuah akun Aplikasi Instagram dan tempat bagi para pengguna untuk mengatur tampilan sesuai dengan keinginannya.

4. *Camera*

Ikon ini terletak di tengah tampilan yang lain dengan bentuk (+) dengan bingkai kotak yang suatu saat dimanfaatkan oleh pengguna untuk melakukan publish suatu foto atau video melalui akunya.

1. Like, Comment, dan Send to

1. Like

Para pengguna Aplikasi Instagram bisa memberikan apresiasi terhadap publikasi diri sendiri ataupun akun lain dengan cara menekan ikon hati yang menandakan bahwa posting tersebut disukai. Ikon hati terletak pada bagian bawah suatu posting.

2. Comment

Fitur komentar terletak pada bagian paling bawah sebuah posting. Para pengguna bisa mengekspresikan dirinya dengan cara memberi pendapat. Pendapat bisa

dilayangkan dalam, konteks pro dan kontra yang berorientasi pada publikasi tersebut.

3. *Send to*

Fitur ini mempunyai fungsi guna mem-forward kepada akun lain yang berisi berupa suatu postingan yang dirasanya perlu dibagikan kepada akun lain.

6. *Saved Post*

Ikon *bookmark* yang terletak di bawah kiri yang menandakan suatu publikasi bisa disimpan pada sebuah akun Instagram. Tujuan dari menyimpan suatu postingan yang bersumber dari akun lain bisa disimpan tanpa mencari-cari dan mengunjungi akun yang membagikan postingan tersebut (Tetchgo, 2020)

Instagram merupakan platform media sosial yang mempunyai tujuan guna mem publish foto ataupun video kepada para pemilik akun lainnya. Platform media sosial ini sedang digandrungi oleh semua kalangan. Setiap para pemilik akun akan mempunyai hak untuk mengatur akunya sesuai dengan keinginannya baik itu mengikuti dan menyukai publikasi dari orang lain. Aplikasi ini bisa diakses bagi pengguna android, IOS, dan bahkan merambah Windows 10. Data menunjukkan lebih dari 500 juta para pengguna harian aktif dalam mengakses Instagram dengan 68% berasal dari perempuan (Gale, 2020)

B. Konstruksi Realitas Sosial

1. Pengertian

Konstruksi sosial merupakan sebuah istilah yang kabur terhadap sebuah ketergantungan yang ruangnya luas dan mempunyai dampak pada perkembangan ilmu sosial. Dalam teori ini gagasan mengenai masyarakat diilhami sebagai suatu realitas yang berasal dari luar individu tau obyektif yang menekan suatu individu dilawan dengan cara pandang alternatif bahwa kedudukan, kekuatan dan gagasan terkait

masyarakat diciptakan oleh manusia secara berkelanjutan, dan terbuka untuk dikritik (McQuail, 2011).

Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang membuat konstruksi realitas sosial mengudara dalam ilmu sosial. Kedua tokoh tersebut menyoroti terjadinya proses sosial yang terjadi di dalam ruang lingkup masyarakat yang berangkat dari perilaku, dan komunikasi antar individu yang dimana pada akhirnya menciptakan suatu realitas sosial yang dirasakan bersama-sama secara objektif (Bungin, 2008).

Teori konstruksi sosial berpijak pada filsafat konstruktivisme. Filsafat konstruktivisme sendiri bersandar pada hasil pemikiran terkait konstruksi kognitif. Hasil pemikiran tersebut diperkuat dengan keberadaan seorang filsuf yaitu Aristoteles. Melalui hasil pemikirannya Aristoteles membangun wacana tentang istilah, informasi, relasi, individu, substansi materi, esensi, dsb. Melalui penuturan beliau manusia merupakan makhluk sosial, setiap pernyataan harus mempunyai satu nilai yaitu sebuah kebenaran, bahwa peranan penting dari adanya sebuah pengetahuan merupakan fakta (Suparno, 1997). Terdapat 3 bentuk konstruktivisme yaitu konstruktivisme radikal, realisme hipotesis, dan konstruktivisme biasa. Konstruktivisme radikal condong membenarkan suatu fenomena yang bersandar pada kerangka berfikir. Realisme hipotesis pengetahuan merupakan sebuah kesimpulan sementara dari kedudukan realitas yang dekat realitas dan mengarah terhadap pengetahuan yang hakiki. Sedangkan konstruktivisme biasa mengabaikan konsekuensi konstruktivisme dan memahami pengetahuan merefleksikan dari realitas tersebut.

Dari ketiga konstruktivisme diatas mempunyai kesamaan karena konstruktivisme dipandang sebagai proses kerja kognitif individu untuk membuat tafsir mengenai dunia realitas yang ada. Bisa dikatakan seperti itu karena telah terjadi hubungan sosial antara individu dengan lingkungan masyarakatnya. Berangkat dari hal tersebut kemudian

individu membangun sendiri pengetahuan atas realitas yang memotret bersandar pada struktur pengetahuan yang telah lebih dahulu hadir.

2. Tahapan Terciptanya Realitas Sosial

Peter L. Berger mempunyai pandangan bahwa kenyataan yang dikonstruksi secara sosial dalam tafsir individu yang terdapat di dalam masyarakat yang telah membangun masyarakat, maka dari itu pengalaman yang dimiliki oleh setiap individu tidak dapat dipisahkan dari ruang lingkup masyarakat. Manusia sebagai penghasil kenyataan sosial yang bersifat objektif melalui 3 (tiga) dialektis yang simultan (Berger & Luckmann, 1990). Proses dialektika ini terjadi lewat eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi:

a. Eksternalisasi

Tahap ini mempunyai peranan penting dalam kehidupan individu dan pada akhirnya masuk pada dunia sosio-kultural. Eksternalisasi merupakan tahap yang sangat dasar dalam satu pola perilaku dialektika antara individu dengan produk-produk sosial yang berada di dalam masyarakat. Proses tersebut dimaksud adalah ketika produk sosial tersebut telah masuk ke dalam bagian penting dalam masyarakat yang dimana eksistensinya sangat dibutuhkan oleh individu, maka dari itu beberapa produk sosial tersebut mempunyai tempat yang penting dalam kehidupan suatu individu guna memotret dunia di luar dirinya.

Dalam eksternalisasi mengatakan tatanan sosial merupakan hasil produk dari manusia secara konsisten. Hal tersebut dibuat oleh manusia secara berkelanjutan selama masih berada pada tahap eksternalisasi berlangsung. Produk yang tercipta dari tahap ini mempunyai sifat *sui generis* apabila disandingkan dengan konteks organism dan habitatnya, maka dari itu eksternalisasi merupakan suatu keharusan antropologis. Oleh karena itu, eksistensi manusia harus konsisten meng-eksternalisasi dirinya dalam melakukan suatu

kegiatan. Manusia akan melakukan usahanya untuk menciptakan kestabilan komunikasi dengan habitat tempat tinggalnya.

Habitualisasi di atas pada akhirnya akan membentuk pola perilaku dari suatu individu. Perilaku yang terbentuk tadi lambat laun akan dilestarikan dalam kurun waktu yang lama, akan tetapi tetap mempertahankan sifatnya yang mempunyai makna bagi dirinya dan individu lainnya. Makna yang sudah mandarah daging tersebut dianggap sebagai hal-hal kebiasaan dalam khasanah pengetahuan umum yang pada akhirnya diterima begitu saja di dalam masyarakat. Dengan demikian, tahap eksternalisasi ini berjalan ketika produk sosial terbentuk di dalam masyarakat setelah itu individu meng-eksternalisasikan dirinya atau melakukan adaptasi ke dalam dunia sosio-kulturalnya sebagai bagian dari produk manusia.

Tahap ini menjadi pondasi dasar terhadap pola perilaku dialektika antara suatu individu dengan hasil realitas yang diciptakan oleh masyarakat. Dari hasil tersebut kemudian individu melakukan proses pengenalan dengan suatu realitas sosial yang kemudian diimplementasikan ke dalam dunia sosio-kulturalnya sebagai bagian dari penciptaan karya manusia.

Pada proses pengenalan dengan realitas sosial disajikan bahwa kaum perempuan dalam segala ranah yang tidak unggul dibandingkan kaum laki-laki. Kaum perempuan merupakan dibangun sebagai makhluk yang lemah, sehingga mempunyai dampak ditempatkan pada ranah domestic dan ketika dalam kehidupan rumah tangga harus taat kepada perintah suami. Pada dasarnya bahwa perempuan harus tunduk, namun dis sisi tidak menutup kemungkinan kaum perempuan untuk mengekspresikan dirinya di ruang publik dengan berbekal fisik dan pengetahuannya. Dalam segala aspek kaum laki-laki memiliki keuntungan lebih. (Susanto, 2015).

Berdasarkan dari hasil memotret realitas sosial tersebut kemudian kawan-kawan pejuang feminisme ingin mendobrak pandangan atau

ideologi tersebut. Ideologi tersebut perlu diubah karena hasil dari konstruksi manusia bukan kodrati atau alamiah. Gerakan feminisme hadir untuk memberikan jalan keluar terhadap pemaksaan dan penerimaan diskursus terkait kaum perempuan yang sudah terbentuk sebelumnya.

Timbulnya interaksi sosial manusia selalu menggunakan symbol-symbol. Proses penggunaan symbol inilah yang oleh Berger dan Luckman disebut dengan proses eksternalisasi. Simbol ini merefleksikan dari bentuk eksternalisasi suatu individu atau kelompok terhadap dunia kulturalnya. Akun @indonesiabutuhfeminisme sendiri menggunakan symbol feminisme untuk nama akun Instagram. Simbol feminisme yang melekat pada pesan yang dibangun oleh akun @indonesiabutuhfeminisme dianggap sebagai symbol yang hadir ketika melakukan proses konstruksi yang dimana di dalamnya melibatkan sebuah proses interaksi. Dengan penggunaan symbol feminisme dapat diketahui dan dipahami implikasinya guna memotret fenomena yang sedang terjadi di dalam masyarakat. Tidak hanya itu saja penggunaan simbol tersebut merefleksikan bahwa akun ini merupakan pejuang feminis.

b. Obyektivasi

Proses obyektivasi adalah ketika terjadi proses dialektika antara dua realitas yang terpisahkan satu sama lain. Manusia memiliki sisi sendiri begitu juga dunia sosio-kulturalnya. Kedua hal tersebut menjadi satu menghasilkan jaringan interaksi inter-subjektif. Momen tersebut merupakan *output* dari proses eksternalisasi yang pada akhirnya melaksanakan sebagai suatu kenyataan objektif.

Momen obyektivasi juga merupakan langkah penyaringan antara realitas dalam diri dan realitas sosial yang berada di luar diri. Realitas tersebut pada akhirnya akan menjadi suatu realitas yang objektif. Terjadinya dialektika ketika membangun sebuah konstruksi juga melawati proses pelembagaan dan legitimasi. Dalam proses tersebut

actor memainkan peran menarik dunia subjektifnya menjadi dunia objektif melalui proses dialektika yang dikonstruksi secara kelompok. Proses pelebagaan akan terlihat apabila terciptanya kesepakatan inter-subjektif (Syam, 2005)

Bersumber dari tahapan eksternalisasi pada suatu gilirannya didasarkan pada pembangunan biologis suatu individu. Beralihnya suatu hasil konstruksi sosial tidak hanya disandarkan pada manusia, namun selanjutnya menanggapi manusia mengambil tindakan yang berada di luar dirinya. Hal tersebut merupakan pada akhirnya menghasilkan suatu wacana yang berangkat dari sifat realitas yang objektif dan dapat dibilang bawah masyarakat merupakan kegiatan manusia yang di objektivasi.

Pada tahap ini suatu individu melakukan objektivasi terhadap realitas sosial yang diciptakan, baik dari pencipta ataupun orang lain. Hal tersebut bisa dilakukan tanpa adanya pertemuan tatap muka untuk terciptanya interaksi, karena obyektivasi bisa berlangsung melalui beberapa opini yang dibangun yang kemudian mengudara baik di ruang maya ataupun nyata. Keberadaan opini tadi merupakan produk sosial yang selalu mengalami perkembangan.

Tahap obyektivasi ini semua orang akan membicarakan terkait feminisme. Dari proses pengenalan terhadap realitas sosialnya bahwa pejuang feminisme mendobrak ideologi yang dimana kaum perempuan yang selalu ditempatkan sebagai *The Second Sex* karena terbayang-bayang oleh budaya patriarki yang kemudian merugikan dalam benak kaum perempuan, maka terjadilah obyektivasi karena setiap orang membicarakan dan mengenali ideologi feminisme. Dari semua orang yang banyak membicarakan terkait ideologi feminisme bisa dikatakan diterima oleh semua orang dan dianggap sebagai realitas obyektivasi.

Akun @indonesiabutuhfeminisme sendiri membicarakan tentang feminisme melalui media Instagram dan mendukung penuh terhadap

eksistensi gerakan feminisme. Setelah melalui tahap pengenalan akun ini mempunyai pandangan obyektive terkait feminisme yang terdapat pada bio Instagram. Pandangan obyektive tersebut yaitu "*Akun perlawanan terhadap segala bentuk penindasan, suka menyentil manusia berprevilese yang tidak akan sadar dan tidak empati*". Pernyataan dan tindakan yang dilakukan oleh akun @indonesiabutuhfeminisme itu merupakan bentuk justifikasi terhadap realitas tentang gerakan feminisme. Penjelasan tersebut berbasis pada pengetahuan yang sudah dipahami secara bersama-sama.

c. Internalisasi

Internalisasi merupakan proses penyerapan kembali dunia obyektif. Struktur dunia sosial mempunyai terhadap penyerapan kembali tersebut alhasil subjektif suatu individu keanekaragaman unsur dari dunia yang diobjektivasi akan makna sebagai fenomena yang berasal dari luar kesadarannya. Dalam tahap ini suatu individu merupakan hasil dari masyarakat (Basrowi, 2002). Melalui penuturan Berger realitas tidak hadir dari tangan tuhan, tidak diciptakan secara ilmiah, namun ia diwacanakan dan di konstruksi. Realitas pada akhirnya akan bermuka dua dan *plural*. Setiap individu dapat membangun suatu wacana yang beranekaragam atas suatu realitas. Dengan dimilikinya pengalaman, pengetahuan, dan ruang lingkup bersosialisasi tertentu pada akhirnya suatu realitas sosial ditafsirkan sesuai dengan cara pandangnya masing-masing.

Tahap ini yang menempatkan eksistensi suatu individu masuk ke dalam masyarakat. Guna mencapai proses internalisasi suatu individu terlebih dahulu mendapatkan sosialisasi. Ketika kegiatan sosialisasi dapat mengidentifikasi individu secara komprehensif dan konsisten ke dalam dunia obyektif suatu masyarakat. Sosialisasi sendiri dibagi menjadi 2 (dua) antara lain (Bungin, 2008) yaitu sosialisasi primer dan sekunder. Sosialisasi primer yaitu tahapan sosial yang paling awal

yang dijalani oleh suatu individu ketika kecil dimana ia diberikan sosialisasi terkait dunia sosial pada individu. Sosialisasi sekunder dijalani oleh individu ketika beranjak dewasa dan masuk ranah publik.

Penyerapan kembali pada dunia objektive ideologi feminisme masuk ke dalam diri dan dipegang kuat-kuat oleh akun @indonesiabutuhfeminisme. Akun ini berperan sebagai *agent of change* dengan melakukan dobrakan terkait feminisme di Indonesia. Realitas sosial berusaha dihadirkan oleh komunitas online ini melalui konstruksi pesan feminisme. Pemanfaatan Instagram untuk mengkonstruksi pesan mempunyai harapan untuk meningkatkan kepekaan kepada pengikut terhadap issue perempuan. Pembangunan pesan tersebut bersandarkan pada pengetahuan, pengalaman, dan ruang lingkup media Instagram yang dijadikan tempat untuk bersosialisasi yang dimana pada akhirnya realitas sosial yang dibangun oleh komunitas ini ditafsirkan sesuai dengan cara pandangnya. Langkah yang diambil oleh komunitas ini dengan mengkonstruksi pesan-pesan feminisme menandakan bahwa ketika mereka memotret fenomena ketimpangan gender dan pada akhirnya sadar hak-hak perempuan harus diperjuangkan, maka prose internalisasi berjalan dengan baik.

Konstruksi pesan yang dipublikasi menggambarkan penggunaan symbol feminisme sudah masuk ke dalam diri individu. Symbol feminisme sudah diinterpretasikan oleh akun @indonesiabutuhfeminisme sebagai pedoman. Penggunaan symbol tersebut guna melawan stigma negative terhadap kaum perempuan. Komunitas online mengalami sosialisasi sekunder yang dimana segala bentuk manifestasi yang dialami oleh perempuan seperti marjinalisasi, peran ganda, dan kekerasan disosialisasikan kepada masyarakat berupa postingan yang berisikan perjuangan perempuan menumpas kaum patriarki dan implikasi dari implementasi budaya patriarki di tengah masyarakat. Dari adanya ketertindasan terhadap kaum

perempuan tidak membuat pejuang feminisme patah arang dalam memperjuangkan haknya.

Tahap internalisasi juga melibatkan identifikasi subjektif bersama peran dan norma yang berkesinambungan. Sifat sosialisasi sekunder bersandar pada suatu pengetahuan yang berkesinambungan terhadap dunia yang memiliki tanda (Bungin, 2008). Komunitas online @indonesiabutuhfeminis mengidentifikasi perannya secara mendalam. Terjadinya fenomena ketimpangan gender tersebut merupakan kejadian yang tidak harus untuk dilestarikan secara terus-menerus. Dominasi para penganut patriarki harus dimusnahkan. Apabila patriarki masih mandarah daging di dalam masyarakat bisa berdampak buruk bagi kemerdekaan kaum perempuan. Pemberontakan tersebut didukung dengan adanya gerakan feminisme yang mempunyai ideologi untuk memperjuangkan hak-hak wanita yang telah didegradasi penganut patriarki. Pembangunan pengetahuan mengenai ketimpangan gender tersebut dalam universum tanda diafirmasi sebagai lambang kekuatan komunitas online ini.

Setelah proses internalisasi dilewati masih terdapat proses selanjutnya yaitu konsistensi. Sosialisasi sendiri memiliki konsistensi yang bersandar pada problematic yang dikulik. Untuk membuat dan bertahan akan konsistensi sosialisasi sekunder mengumpamakan serangkaian konseptual guna menghubungkan ke perangkat pengetahuan. Ketika manusia belajar dalam sosialisasi tahap ke dua kekurangan biologis tidak dijadikan acuan dalam proses belajar. Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) proses belajar bersandar pada pengetahuan yang hendak dituju yaitu landasan pengetahuan itu sendiri. Komunitas online @indonesiabutuhfeminis pada saat menjalani proses sosialisasi sekunder menerima pengetahuan terkait berbagai bentuk manifestasi dari ketimpangan gender yang menerima kaum perempuan. Pengetahuan yang dimilikinya tersebut berusaha untuk diciptakan dan eksistensi

perjuangan untuk hak-hak kaum perempuan tetap terus hadir. Penciptaan tersebut dinyatakan terhadap konstruksi pesan-pesan feminisme. Dengan adanya Instagram dimanfaatkan komunitas online ini menjadi tempat untuk tetap menyuarakan tuntutan para pejuang feminisme.

Dikatakan bahwa tahapan sosialisasi yang berjalan tidak selalu berjalan mulus terdapat tantangan untuk mempertahankannya. Terjadinya sosialisasi yang tidak sesuai rencana tersebut berdampak pada terciptanya konstruksi sosial baru di dalam masyarakat. Dari adanya konstruksi baru tersebut terciptanya proses dialektika kembali lagi ke tahap eksternalisasi (Berger & Luckman, 1966). Setiap negara mempunyai sikap sendiri terkait masuknya faham feminisme. Bagi negara Indonesia faham feminisme belum sepenuhnya mendapatkan ruang lebih. Ganjalan faham feminisme masih terisolasi karena adanya perbedaan sudut pandang ketika dipahami terutama untuk masyarakat awam. Terjadinya dialektika pro dan kontra terkait faham feminisme sangat lumrah terjadi di Indonesia. Faham feminisme apabila ingin masuk ke dalam masyarakat harus secara bertahap karena pada realitanya sangat sulit untuk diterima dengan baik. Hal yang menjadi sandungan faham feminisme di Indonesia karena negaranya sangat begitu kaya akan keanekaragaman seperti agama, sosial, budaya, dan politik (Ardiansyah, 2017).

Melalui teori yang sudah dijelaskan diatas, terdapat tiga tahap konstruksi sosial realitas yang mendukung implementasi konstruksi pesan yang dilakukan oleh akun @indoensiaibutuhfeminisme untuk melakukan perlawanan terhadap budaya patriarki. Dengan teori tersebut peneliti akan menggali data dan menganalisa data-data yang diperoleh di lapangan yang meliputi; konstruksi pesan yang dilakukan akun @indoensiaibutuhfeminisme dan tujuan mengedukasi para *followers* terkait gerakan feminisme Teori konstruksi realitas sosial merupakan teori yang

akan digunakan peneliti untuk acuan dalam penelitian ini, karena teori ini dapat membantu menjelaskan mengapa akun @indonesiabutuhfeminisme melakukan konstruksi pesan feminisme melalui media Instagram. Pemilik akun melakukan konstruksi pesan tersebut dikarenakan terdapat sesuatu yang mendesak ia untuk bertindak.

Para pejuang feminisme mempunyai alasan dalam pemanfaatan media sosial untuk menyuarakan problematic yang dialami. Salah satu alasan tersebut yaitu dalam dunia nyata kaum lesbian termarginalkan yang pada akhirnya keberadaan mereka tidak diterima dan terusik oleh masyarakat setempat. Ketika kaum yang termarginalkan tadi berkumpul jadi satu dalam ruang *cyber* dalam benak mereka merasa nyaman dan aman karena tempat ini sangat terbuka oleh siapapun untuk dimanfaatkan. Ruan *cyber* menjadi “wadah tetirah” bagi entitas sosial yang termarginalkan setelah mengumpat dalam bayang-bayang masyarakat di dunia nyata.

B. Media Sosial Dalam Islam

Dewasa ini pemanfaatan media sosial di dalam masyarakat mendapatkan sambutan yang baik. Media sosial merupakan sebuah platform yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan dalam membangun suatu wacana dan menyampaikan suatu ilmu pengetahuan. Dalam media sosial sendiri terdapat jaringan sosial yang memberikan kesempatan untuk suatu individu terlibat dengan cara membuat suatu akun pribadi. Pembuatan akun pribadi tersebut dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi dengan lawan bicara yang terkoneksi dalam jaringan. Eksistensi media sosial di dalam masyarakat dalam bingkai Islam memberikan dampak positif dalam pemanfaatannya, sebagai berikut:

1. Media Sosial Berperan Dalam Menyampaikan Ilmu

Eksistensi media sosial memainkan peran untuk mentransformasikan suatu ilmu yang bermanfaat kepada masyarakat. Masyarakat dewasa ini tidak perlu khawatir akan tidak mendapatkan suatu

ilmu karena terbatasnya suatu akses karena media sosial menjadi solusi dalam menyampaikan ilmu pengetahuan. Melalui penelitian penelitian yang dilakukan oleh (Sarah, 2019) yang berisi tentang pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah. Penyampaian dakwah berupa video dan poster yang membahas tentang ajaran-ajaran Islam. Tujuan dari dakwah tersebut yaitu untuk menghindari terjadinya pacaran dikalangan anak muda. Dari hasil penelitian ini, ditemukan melalui akun Instagram @indonesiatanpapacaran. La Ode Munafar berusaha mengajak agar umat muslim menjauhi pacaran dengan dakwah melalui media sosial dan membentuk komunitas. Buku, postingan yang dalam satu hari tidak kurang dari 3 kali, dan beberapa cara digunakan La Ode untuk mengembangkan akun tersebut, dan menyadarkan masyarakat akan bahaya pacaran. Dari adanya akun tersebut terciptalah sebuah Gerakan anti pacaran untuk kalangan muda-mudi yang belum sah secara agama dan negara. Menurut akun tersebut kegiatan pacaran mempunyai konotasi yang negative karena dianggap melanggar norma social yang ada di dalam masyarakat. Maka dari itu pembangunan wacana tersebut guna menciptakan kesadaran pasangan muda-mudi untuk terhindar dari pacaran.

Dakwah merupakan ajakan segala nilai dan ajaran Islam terhadap segala nilai dan ajaran Islam terhadap tata kehidupan suatu individu. Pemanfaatan media Instagram seperti diatas mampu menyebarkan ilmu dalam kehidupan anak muda. Berangkat dari penelitian diatas merupakan sifat berdakwah haruslah menyeru kepada yang makruf yaitu anak muda dan mencegah kemungkaran yaitu berlangsungnya kegiatan pacaran. Dalam konteks komunikasi Islam, Islam menetapkan bahawa media Islam mestilah selari dengan peranan agama dalam Islam dan tidak menyebarkan fitnah (Jasmi, Kamarul Azmi, 2006b) sebagaimana firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبِيٍّ فَتَّبِعُوهُ أَلَّا تَكُونُوا قَوْمًا

بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: Wahai orang yang beriman! Jika datang kepada kamu seorang fasik membawa sesuatu berita, maka selidikilah (untuk menentukan kebenarannya), supaya kamu tidak menimpakan sesuatu kaum dengan perkara yang tidak diingini - dengan sebab kejahilan kamu (mengenainya) - sehingga menjadikan kamu menyesali apa yang kamu telah lakukan. (6)

Berdasarkan ayat yang tertera, sebagai umat Islam, mereka tidak perlu mempercayai segala apa-apa berita yang datang dalam bentuk apa sekali pun jika berita tersebut masih belum mendapat kesasihan yang sepenuhnya kerana segala berita palsu yang datang mampu membawa pelbagai bala seperti fitnah yang mampu merosakkan hubungan sesama Islam. Jelaslah bahawa media massa sangat memainkan peranan yang penting dalam memberi bimbingan dan motivasi kepada masyarakat Islam. Tanpa bukti dan fakta yang jelas, maka media massa mungkin akan membawa ajaran yang songsang kepada masyarakat yang mengakibatkan perpecahan dan pergaduhan antara masyarakat Islam. Oleh itu, setiap manusia yang mampu berdakwah dengan menggunakan media massa perlu memegang tanggungjawab yang besar dengan sebaiknya agar kehidupan senantiasa mendapat syafaat dan hidayah daripada Allah SWT.

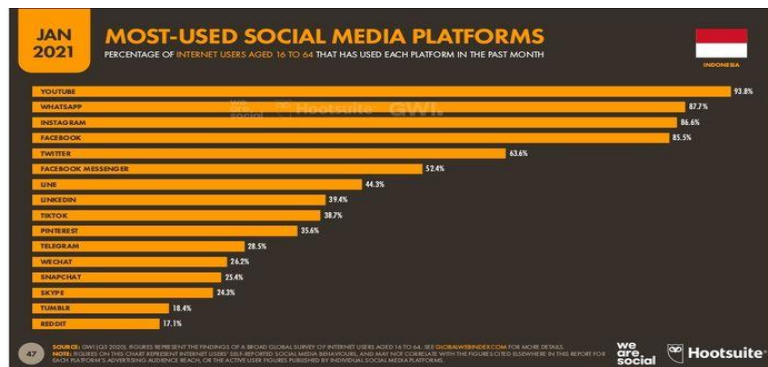
BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @INDONESIABUTUHFEMINIS

A. Akun Instagram Feminisme di Indonesia

1. Aktivistis Feminisme Melalui Media Instagram

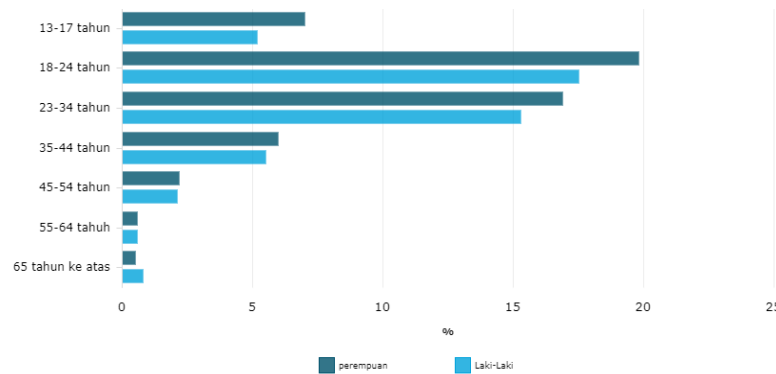
Gerakan feminisme merupakan suatu gerakan kaum perempuan yang mempunyai tujuan yaitu memperjuangkan persamaan hak mencakup berbagai aspek seperti sosial, ekonomi, dan pendidikan terhadap kaum laki-laki. Hadirnya keberadaan feminisme diduga akibat terjadinya fenomena bias gender antara hubungan kaum laki-laki dan perempuan di dalam tatanan ruang lingkup masyarakat. Fenomena tersebut membawa arah kaum perempuan untuk menghapuskan ketimpangan gender tersebut. Melalui riset yang dilakukan oleh (Andarwulan, 2017) hasil kajiannya yaitu salah satu gerakan baru yang dilakukan kaum feminis di era globalisasi yang serba digital adalah melalui dunia maya, dunia cyber. Ini kemudian dikenal dengan *cyberfeminisme*. Sifatnya yang “*cross-boundary nature*” yaitu melampaui dunia secara fisik dan geografis sebagai medan sosial baru bagi para feminis untuk menjelajahi kebebasan baru dalam membangun relasi dan identitas mereka. Media Instagram merupakan salah satu media sosial yang penggunaannya banyak dan berasal dari kalangan usia yang tergolong generasi milenial.

Tabel 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber : Hasil olah peneliti melalui Hootsuite 2021

Tabel 2 Pengguna Instagram Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin



Sumber : Hasil olah peneliti melalui Napoleon Cat 2021

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *We Are Social* terkait penggunaan platform media sosial yang banyak dipakai selama tahun 2021 di Indonesia data menunjukkan Aplikasi Instagram menempati pada peringkat ke-tiga dengan prosentase 86,6% dari jumlah populasi masyarakat Indonesia, Sedangkan Aplikasi Youtube berada paling atas data yang kemudian diikuti oleh Aplikasi WhatsApp. Riset juga dilakukan oleh Napoleon Cat data menunjukkan terdapat 91,01 juta pengakses Instagram di Indonesia periode Oktober 2021. Pengakses Instagram mayoritas berasal dari kalangan usia 18-24 tahun yakni dengan jumlah 33,90 juta. Detailnya 19.8% pengakses tersebut perempuan dan sisanya 17,5% dari laki-laki. Dari riset yang telah dilakukan oleh *We Are Social* dan Napoleon Cat menunjukkan bahwa Aplikasi Instagram menjadi referensi untuk mencari

suatu informasi. Konsumsi yang tinggi dari para pengakses terutama wanita terkait suatu informasi mempunyai dampak yaitu mulai munculnya beberapa komunitas online pejuang hak kesetaraan wanita. Hadirnya komunitas online pejuang hak wanita dengan mempunyai semangat perjuangan guna memberikan informasi kepada para wanita dan khususnya *netizen* Indonesia. Adanya proses edukasi tersebut guna menumbuhkan rasa kepekaan terhadap pemberian hak kesetaraan bagi wanita yang selama ini mendapatkan ketertindasan dari bayang-bayang budaya patriarki. Dari ketiga akun yang dipilih oleh peneliti karena semua komunitas online ini untuk melakukan sebuah pemberdayaan terhadap kaum perempuan dengan pemanfaatan media Instagram. Melalui adanya pemberdayaan perempuan di media Instagram setidaknya membuat kaum perempuan diberi nafas untuk melakukan perlawanan. Pada dasarnya kaum perempuan sendiri di ruang lingkup masyarakat sudah tidak berdaya akibat ganas system patriarki. Adapun beberapa akun tersebut yaitu:

1. @pcosfighterindonesia

Akun ini adalah sebuah komunitas online yang disarankan untuk perempuan yang sedang bergelut dengan masalah kesehatan reproduksi. Hadirnya akun ini berangkat dari Andini yang didiagnosa mengalami *Polycystic Ovary Syndrome* yaitu penyakit gangguan menstruasi. Hingga saat ini sudah terdapat 50,1k pengikut. Dengan adanya komunitas online ini terkait tindakan untuk senantiasa menjadi kesehatan reproduksi wanita diberdayakan. Edukasi tersebut diberikan melalui publikasi konten yang diproduksi dan diharapkan menumbuhkan rasa *awarness* kepada para pengikut akan pentingnya menjaga kesehatan reproduksi. Akun ini juga mengajak para perempuan yang mengalami masalah kesehatan reproduksi tidak pasrah dengan keadaan dan berusaha dibantu menemukan jalan keluar. Hal yang ditakutkan apabila para penyandang tidak diberdayakan bisa menyebabkan beberapa kaum perempuan mengalami mengganggu kesehatan tubuhnya dan diskriminasi di dalam masyarakat. Supaya

mendapatkan hasil yang maksimal komunitas online tersebut melibatkan tenaga medis untuk diajak berkerja sama menangani masalah kesehatan reproduksi perempuan (Ayuningtyas, 2021)

2. @narasi_perempuan

Akun ini merupakan komunitas berdomisili di Kota Banjarmasin. Hingga saat ini akun ini sudah memiliki jumlah pengikut 3.491k. Latar belakang hadirnya komunitas online ini yaitu memperkuat keluasa bagi kelompok yang tidak berdaya, dan mengalami diskriminasi yang mengarah pada kaum perempuan. Hal tersebutlah yang membuat hadirnya komunitas Narasi Perempuan untuk berbagi kesadaran dan pengetahuan yang berfokus pada masyarakat Banjarmasin terkait problematic perempuan. Komunitas ini memainkan perannya sebagai actor perubahan, menjadi garda terdepan terhadap terciptanya perubahan dalam ranah publik yang dapat mempersuasi masyarakat melalui pesan-pesan yang berisi ketertindasan kaum perempuan. Kegiatan komunitas ini dilaksanakan melalui luar jaringan dan dalam jaringan. Tema yang diangkat dalam berbagai kegiatan tidak jauh-jauh melakukan diskusi terkait issue perempuan (Ayuning, Setyastuti, & Yuliarti, 2021).

3. @perempuanberkisah

Akun ini mempersuasi para pengikutnya untuk tidak takut untuk menyuarakan problematic gender khususnya yang menimpa kaum perempuan. Tidak hanya itu saja akun ini menjadi ruang atau media untuk berbagai keluhan kesah terkait permasalahan gender di unggah pada feed Instagram tetapi dengan mengedepankan privasi. Mayoritas yang disuarakan oleh para berikutnya seperti permasalahan KDRT, kekerasan seksual, perempuan yang terisolasi di ranah domestic, pemberian label miring terhadap perempuan. Komunitas online ini juga memberikan layanan pengobatan psikologis terhadap korban yang mengalami sebuah tindakan kekerasan. Pendiri komunitas online ini yaitu Aliman Fauzan yang hingga saat ini telah diikuti sebanyak 88,1k, 1445 kiriman, dan 43

topik dalam *highlight Insta story*. Adanya konstruksi dari kaum laki-laki terhadap perempuan dilestarikan melalui unggahan konten. Problematic gender yang hadir karena adanya campur tangan dari konstruksi para maskulin dan feminim bisa mandarah daging terhadap kekerasan perempuan yang dimana para korbannya tidak berani untuk berbagi pengalaman karena pada saat itu mereka merasa tidak berdaya (Sitaresmi, 2021).

2. Profile Cyberfeminisme

Menurut prespektif Sadie yang dikutip melalui Sarah Gambel, *cyberfeminisme* merupakan sebuah tempat maya yang dimanfaatkan untuk melakukan kampanye pengakuan yang berorientasi dengan pemusnahan eksistensi budaya patriarki di dalam masyarakat. *Cyberfeminisme* juga output dari penggunaan teknologi informasi yang memberikan sumbangsih terhadap public berupa pengetahuan tentang dalam diri seseorang dapat kehilangan identitas, membentuk dan mengimplementasikan identitas baru yang kemudian lambat laut akan melekat pada dirinya. Dari identitas baru tersebut seorang individu dapat menggunakan teknologi dengan lebih berkonotasi positif (Gambel, 2010)

Dunia cyberculture, terdapat dua kategori dalam peng-aplikasiannya berbeda. *Pertama, cyberfeminism online* memotret fenomena tentang proses terjalannya hubungan antara laki-laki dan perempuan dengan pemanfaatan eksistensi dari dunia maya. Suatu hal yang paling menjadi sorotan pada kategori ini yaitu keberadaan seseorang memiliki kesempatan yang sangat besar untuk mendapatkan identitas baru yang sebelumnya tidak ada pada dirinya. Perihal pembentukan identitas baru mempunyai kaitan erat dengan keterwakilan perempuan yang pada realita sosial mengalami alienasi pada dunia nyata, melalui terlibatnya dunia maya oleh perempuan berdampak pada mendapatkan kemerdekaan dalam jejaring sosial baik itu di dunia nyata ataupun maya.

Kedua, online cyberfeminisme adalah upaya pemberdayaan terkait terjalannya hubungan maskulin dan feminisme yang terjadi di ruang maya. Salah satu bentuk pemberdayaan perempuan di ruang maya yaitu membuat agenda-agenda, informasi, dan tujuan dari eksistensi kaum feminisme yang kemudian dikemas dalam bentuk kampanye. Persamaan dari dua kategori ini sama-sama mengesampingkan peran gender karena fokus utama dari kategori ini yaitu pada potensi apa saja yang bisa didapatkan dari pemanfaatan media baru (Damayanti, 2019).

Komunitas ini termasuk ke dalam dua kategori tersebut. Kategori *cyberfeminisme online* akun ini juga menangkap fenomena relasi kuasa antara kaum laki-laki dan perempuan dengan memanfaatkan ruang maya. Komunitas ini mendapatkan identitas baru yang sebelumnya tidak pernah melekat pada dirinya yaitu seorang aktivis feminisme. Kategori *online cyberfeminisme* akun ini melakukan sebuah pemberdayaan yang dimana melalui metode publikasi pesan-pesan feminisme. Pesan tersebut merupakan sebuah bentuk *campaign* untuk memperjuangkan hak-hak wanita yang ditindas.

Kekuatan internet sebagai tempat untuk menjelajahi suatu simbol pada akhirnya dalam menghadirkan perspektif baru guna mengeksplorasi diri. Melalui penuturan (Jessica E, 2010) anomitas online berpengaruh pada merdekanya suatu individu dari masalah sosial dan politik, dan telah membuat kaum perempuan bisa menentukan pilihannya sendiri. Dari bebasnya menentukan pilihannya mereka di lingkungannya pada akhirnya bisa menciptakan identitas baru, memperbaiki luka batin, dan berekspresi dalam ranah public. Ketika diskursus pembebasan keberadaan internet dapat menjadi ruang yang berisikan keragaman sosial dapat dihilangkan.

Langkah yang diambil oleh komunitas @indonesiabutuhfeminis yang notabene pejuang feminis harus memanfaatkan *cyberfeminisme* dan menyambutnya dengan semangat karena kaum perempuan diberi ruang kebebasan. Komunitas online ini menawarkan menciptakan

siituasi yang ideal yaitu tidak ada diskriminasi terhadap kaum perempuan serta subordinasi. Dengan pemanfaatan ini para aktifis feminisme berusaha berperang terhadap segala bentuk konstruksi yang mendominasi gender dan memberdayakannya.

Hadirnya *cyberfeminisme* bukan hanya berisi memberi ucapan serta angan-angan untuk terciptanya suatu kemerdekaan atas ketertindasan. Di sisi lain kaum perempuan dibawah ditekankan akibat identitas perempuan yang melekat pada dirinya. *Cyberfeminisme* mendapatkan sorotan dari (Stevenson, 2002) beranggapan bahwa ketika internet mendapatkan citra "*female friendly*", akan tetapi perempuan mengalami alienasi di ruang maya akibat dominasi dari laki-laki. Hal tersebut menurut beliau realita di ruang maya dimana kaum perempuan ditempatkan nomer dua, dan teralienasi akibat kekuatan para patriarki. Alhasil dalam situasi seperti ini perjalan media baru dapat menjadi ancaman bagi terbentuknya keterasingan dan kaum perempuan dimanfaatkan secara sewenang-wenang.

Dengan begitu, yang dijalankan oleh para aktivis feminisme terkait dengan dialektika dengan menggunakan media baru bersandarkan atas pilihannya terkait membuat perempuan merdeka dan diberdayakan dari superior budaya patriarki di ruang cyber. Memupuk kekuatan harus perlu dibuktikan atas rencana dan angan-angan *cyberfeminism* menciptakan wanita merdeka. Hal tersebut harus dijalankan dengan paham dan dikoordinasikan supaya beberapa gagasan baru terkait *cyberfeminisme* tidak hanya menjadi wacana yang tidak berdampak baik bagi perkembangan feminisme dan menjadi ancaman semakin kokohnya superioritas dan subordinasi kepada kaum perempuan.

B. Akun Komunitas Online @indonesiabutuhfeminis

1. Sejarah terbentuknya akun @indonesiabutuhfeminis

Dewasa ini sangat mudah dijumpai akan keberadaan komunitas online @indonesiabutuhfeminis di beberapa media sosial. Komunitas

online ini muncul di beberapa platform media sosial selaras dengan pergerakan aktivisme pejuang feminis dan problematic yang menimpa kaum perempuan. Dilansir dari <https://fisipol.ugm.ac.id/> menurut Kate Wilson yang merupakan seorang aktivis perempuan berpendapat bahwa “Orang Indonesia sudah lebih sadar terhadap isu-isu gender sejak masifnya gerakan perempuan melalui media daring”. Sebagai kasus nyata ketika kasus Yuyun siswi SMP di Bengkulu yang merenggut nyawa setelah digauli oleh 14 laki-laki. Pada mulanya kasus tersebut tenggelam tidak terdengar suaranya yang memperbincangkan hanyalah media local, namun ketika Kate Wilson mengetahui kasus tersebut diusahakan secepat mungkin menjadi sorotan media nasional. Kasus tersebut kemudian diunggah oleh penyanyi dan Kartika Jahja seorang aktivis gender melalui media sosial dengan menggunakan tagar #NyalaUntukYuyun menjadi *viral* sehingga media nasional meliput. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan daring mempunyai keunggulan yaitu dapat menjangkau lebih banyak orang dan suatu individu yang mempunyai sifat malu terhadap dunia luar ketika memanfaatkan internet bisa bersifat ekstrovert sehingga bisa melakukan *speak out*.

Terkait terbentuknya akun ini peneliti terganjil untuk melakukan wawancara kepada admin. Langkah yang diambil oleh peneliti yaitu melakukan observasi pada profile Instagram. Berdasarkan observasi dari pernyataan diatas RA selaku founder dari akun @indonesiabutuhfeminis membuat komunitas online di media Instagram. Akun ini terbentuk pada tahun 2018. Berangkat dari pergerakan feminisme yang menjadi perbincangan panas di Indonesia. Hal tersebut bertolak belakang dengan pergerakan aktif dari pejuang feminisme di ruang maya. Polarisasi digital terkait konstruksi feminisme pada ruang maya dapat dipetakan dengan jelas seperti pembagian konten” yang akan diunggah dan diskusi publik sesuai dengan adanya manifestasi ketimpangan gender (Fandia, 2021). Dengan

hadirnya akun @indonesiabutuhfeminis diiringi juga mulai munculnya akun personal yang mengambil sikap mengenai issue feminisme seperti @lawanpatriarki, @indonesiafeminis, @perempuanberikasih,dll. Dalam komunitas online pejuang feminisme sendiri sering muncul perbedaan pandangan antar sesama anggota.

Komunitas online tersebut membicarakan tentang feminisme melalui media Instagram dan mendukung penuh terhadap eksistensi gerakan feminisme. Setelah melalui tahap pengenalan akun terhadap dunia luarnya sehingga mempunyai tujuan yang hendak dicapai terkait perjuangan feminisme yang terdapat pada bio Instagram. Tujuan tersebut yaitu *"Akun perlawanan terhadap segala bentuk penindasan, suka menyentil manusia berprevilese yang tidak akan sadar dan tidak empati"*. Komunitas online ini sangat gencar dengan ketidakadilan yang menimpa kaum perempuan. Hal tersebut bisa ditunjukkan melalui unggahan di akun komunitas online @indonesiabutuhfeminis. Komunitas online ini mengemban tugas untuk melakukan diseminasi informasi dan pengetahuan terkait pergerakan feminisme. Tujuan dari adanya kegiatan pemberdayaan yaitu memperkuat bagi suatu entitas yang mengalami diskriminasi atas konstruksi sosial di masyarakat. Kegiatan pemberdayaan juga merupakan salah satu upaya menghadirkan kesetaraan dalam pembagian peran, akses, atau control sosial. Hal tersebut karena esensi dari pemberdayaan bermanfaat pada pembangunan laki-laki dan perempuan. (Makruf & Hasyim, 2022).

2. Akun Komunitas @indonesiabutuhfeminis

Dewasa ini beberapa media sosial ini dimanfaatkan untuk mendukung perjuangan feminisme supaya kaum perempuan mendapatkan hak-hak kesetaraan gender. Adapun beberapa komunitas online @indonesiabutuhfeminis yang ditemukan pada beberapa *platfrom*, seperti:

Tabel 3 Data akun @indonesiabutuhfeminis dan jumlah pengikutnya

Media Sosial	Nama Akun	Pengikut
Instagram	@indonesiabutuhfeminis	81,8k
Twitter	@indonesiabutuhfeminis	20
Instagram	@indonesia.butuhfeminis	8,732
Tik Tok	@indonesiabutuhfeminis	22

Sumber: Hasil olah peneliti (2022)

Beberapa akun komunitas online @indonesiabutuhfeminis yang terdapat di beberapa platform media social data di atas menunjukkan Instagram menjadi platform terbesar untuk meng-konstruksi pesan-pesan feminis. Aplikasi Instagram sendiri selalu mengalami pembaruan berupa tampilan. Pada 2020 aplikasi Instagram menghadirkan fitur terbaru yaitu *Reels*. Fitur tersebut kurang lebih sama pada aplikasi Tik Tok yang membedakan dengannya yaitu durasi videonya lebih panjang. Dari adanya fitur tersebut para *user* dapat mengunggah video singkat dan digabungkan dengan music yang dipilih (Aida, 2021). Pemilihan media Instagram oleh pemilik akun selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2021 terkait jumlah pengguna Instagram yang menempati peringkat ketiga dengan jumlah. Berbeda dengan akun yang terdapat pada platform Twitter dan Tik Tok yang kurang peminatnya karena sesuai dengan jumlah penggunaanya yang hanya menempati peringkat.

Berbagai fitur yang ada di Instagram bisa dimanfaatkan salah satunya untuk melakukan edukasi. Akun ini juga memanfaatkan Instagram untuk mengedukasi terkait hak-hak perempuan yang harus diperjuangkan. Seperti penuturan yang dilayangkan oleh manfaat yang dirasakan bagi penggunaanya banyak salah satunya yaitu dijadikan ranah untuk belajar akan suatu pengetahuan baru. Penggunaannya secara

tidak langsung bagi yang memberi suatu pengetahuan baru dan penerima materi telah terjadi interaksi dan saling bertukar informasi. (Sari & Siswono, 2020). Hal tersebut merupakan metode memberikan edukasi baru.

Komunitas online @indonesiabutuhfeminis hadir di Instagram pada tahun 2018 yang dimanfaatkan untuk meng-konstruksi pesa-pesan perjuangan perempuan. Berangkat dari hadirnya pergerakan feminisme di ruang *cyber* akun ini lambat laun mengalami perkembangan. Perkembangan tersebut berupa peningkatan jumlah *followers*, like, dan postingan setiap tahunnya. Setelah dibuatnya akun ini kemudian tercipta komunitas online dan terus mengalami perkembangan yang signifikan.

Tabel 4 Data jumlah postingan dan like @indonesiabutuhfeminis

Tahun	2018	2019	2020	2021
Jumlah Postingan	48	103	309	526
Jumlah Like	753	13987	34887	65847

Sumber: Hasil olah peneliti (2022)

Berangkat dari data di atas dapat disorot bahwa komunitas online @indonesiabutuhfeminis ini mengalami pertumbuhan dalam 4 tahun terakhir. Kemunculan pertama komunitas online @indonesiabutuhfeminis mayoritas pesan yang dibangun berangkat dari memposting dari suatu akun atau *me-repost* untuk dijadikan konten yang berada pada *feed* Instagram. Menginjak tahun 2019 komunitas ini berani membuat pesan-pesan feminisme yang esensi menyuarakan ketertindasan perempuan yang dikemas dalam bentuk poster. Memasuki tahun 2020 dan 2021 bisa dilihat postingan mengalami peningkatan 3x lebih dibanding tahun 2019. Pada tahun-tahun tersebut kita disajikan dengan fenomena pandemic COVID-19. Fenomena tersebut justru memunculkan problematic bagi kaum perempuan. Dari

adanya pandemic Covid-19 yang berimplikasi pada kaum perempuan, maka tidak heran jumlah postingan akun ini meningkat tajam disbanding tahun-tahun sebelumnya.

Problematika yang dialami oleh kaum perempuan selama adanya pandemic Covid-19 telah diungkap beberapa masalah yang timbul melalui beberapa riset. *Pertama*, riset yang telah dilakukan oleh Zammaro di Amerika Serikat kaum perempuan memikul beban yang lebih banyak dibanding kaum laki-laki dalam mengasuh anak ketika memasuki pandemic Covid-19. Berangkat dari responden pasangan rumah tangga yang memiliki anak, sebanyak 44 kaum perempuan mengambil peran mengasuh anak sendirian daripada peran kaum laki-laki yang mengasuh anak yang hanya menyentuh prosentase sebanyak 14% (Zammaro, 2020). *Kedua*, kaum perempuan yang berada di Amerika Serikat mengalami dampak pada sektor ekonomi. Telah terjadi PHK besar-besaran akibat dampak adanya pandemic Covid-19 sebanyak 6,6 juta warganya telah kehilangan mata pencahariannya. Berangkat dari data Fuller Project, kaum perempuan menelan kerugian terbesar dari adanya PHK. Para pengusaha lebih condong memecat kaum perempuan terlebih dahulu di tengah arus gelombang PHK karena kita hidu dalam wacana bahwa pendapatan perempuan lebih sekunder dibanding laki-laki (Project, 2020). Survei online juga dilakukan oleh *Payscale* pada tahun 2020 kaum perempuan hanya mendapatkan \$0.92 untuk setiap gaji \$1 untuk laki-laki. Para perawat kaum perempuan yang mengisi sebanyak 90% dibayar lebih rendah dari laki-laki padahal mereka mempunyai resiko yang saat besarnya (PayScale, 2020).

Komunitas online @indonesiabutuhfeminis mengulas terkait problematic ketimpangan gender yang dialami oleh kaum perempuan. @indonesiabutuhfeminis berusaha memberikan informasi kepada para *followers* yang dikemas dalam bentuk poster, video, IG Live, *Insta story*. Sejak eksistensinya hadir pada tahun 2018 akun ini sudah memiliki 988 postingan, 81,8k pengikut, dan terdapat 2 topik utama

dengan pembahasan; streortype dan violence terhadap perempuan.
Kedua topik utama tersebut merupakan yang sering diangkat oleh akun
@indonesiabutuhfeminis

BAB IV LANGKAH-LANGKAH PENYAJIAN PESAN-PESAN FEMINISME PADA AKUN @INDONESIABUTUHFEMINIS

A. Kegiatan Digital Content Marketing Akun @indonesiabutuhfeminis

Akun @indonesiabutuhfeminis merupakan merupakan komunitas online yang didalamnya memuat ideologi feminisme yang digunakan untuk mendegradasi eksistensi budaya patriarki di dalam masyarakat. Komunitas online ini dijadikan media opini dalam bentuk online. Komunitas online @indonesiabutuhfeminis mempunyai strategi *content marketing* secara umum ygan membuat konten yang dapat mengundang *engagement* dan jangkauan serta mempertimbangkan konten yang selaras dengan faham feminisme. Akun ini melakukan beberapa kegiatan dalam melakukan *conten marketing* yaitu:

1. Penetapan Tujuan Utama dan Pemetaan Target Pasar

1. Menetapkan Tujuan (*Goal Setting*)

Gambar 3 Tujuan Pembentukan Akun



Sumber: Postingan Akun @indonesiabutuhfeminis 2022

Pada dasarnya hidup manusia selalu bergantung pada makhluk lain. Proses bergantung tersebut diiringi dengan proses komunikasi. Dalam diri setiap individu terdapat dorongan untuk melakukan proses interaksi dengan lawannya. Hasil dari interaksi tersebut pada akhirnya bisa menghadirkan sebuah entitas sosial yang didalamnya memuat lokasi, kesamaan tujuan, dan ideologi yang dianut (Inah, 2013). Lahirnya komunitas online

@indonesiabutuhfeminis dari saling bergantung manusia. Bergantung manusia tersebut karena ketika dirinya tertindas oleh suatu system maka mereka berusaha untuk mencari individu lain yang mengalami hal serupa guna menyuarakan haknya. Dalam menyuarakan haknya mereka bertempat pada media Instagram yang mempunyai kebebasan untuk bersuara. Melakukan aksi secara virtual dalam setiap anggota komunitas melekat ideologi feminisme.

Penetapan tujuan oleh akun ini mempunyai kesinambungan dengan tahap eksternalisasi. Tahap ini dalam diri suatu individu melakukan penyesuaian dengan dunia sosio kulturalnya (Berger & Luckmann, 1990). Para aktivis feminisme melakukan adaptasi dan mengaktualisasikan dirinya terhadap *stock of knowledge* yang mereka miliki yang bersumber dari terjadinya beraneka macam fenomena pada kehidupan masa lampau yaitu pada dunia sosio-kulturalnya dalam bingkai faham feminisme dan lingkungannya. Ketika berada pada proses untuk belajar diringi dengan proses adaptasi faham feminisme Keberadaan gerakan sosial feminisme untuk bisa hadir didalam masyarakat sendiri tidak mudah. Dalam lingkup masyarakat yang terdiri dari suatu individu ada yang mendukung atau justru berbanding terbalik menolak dari adanya gerakan feminisme. Wujud nyata dari adanya dukungan terhadap gerakan feminisme dengan berlangsungnya aksi Woman's March di Jakarta.

Aksi Woman March tersebut berlangsung pada 4 Maret 2017 di depan Istana Negara. Hadirnya aksi tersebut diikuti kurang lebih sebanyak 700 orang yang memuat dari kolaborasi berbagai entitas sosial di masyarakat. Ketika aksi berjalan para aktivis feminisme tersebut memperjuangkan tuntutan yang terdiri dari delapan indicator (Wulandari, 2018) seperti: dalam bermasyarakat setiap warganya harus massif dalam menghadirkan sikap toleransi atas

adanya keanekaragaman, pemerintah membuat landasan hukum yang berpandangan gender, pemerintah dan masyarakat lebih peka terhadap issue keberlangsungan lingkungan hidup dan perempuan yang berperan sebagai pekerja, meng-konstruksi kebijakan publik yang tidak membuat salah satu kelompok masyarakat termarginalkan, pemerintah dan parpol melibatkan perempuan dalam ranah politik, pemerintah dan masyarakat lebih menghargai terhadap keberadaan entitas LGBT, dan pemerintah dan masyarakat menyoroti dan peka terhadap perlakuan terhadap dalam ranah publik dan domestic serta memupuk keeratan pada perempuan di seluruh dunia. Berangkat dari adanya aksi tersebut membawa angin segar bagi para aktivis feminis yang keberadaannya ada yang mendukung.

Wacana patriarki sendiri dimaknai sebagai produk yang dikonstruksi oleh para penganut patriarki. Wacana yang dibangun tersebut bisa dirubah karena pada hakekatnya merupakan buatan manusia yang disandarkan pada rasio yang mereka miliki. Dari adanya pembentukan wacana oleh system patriarki berdampak terjadinya ketimpangan gender. Dapat kita jumpai telah terjadi ketimpangan gender yang terjadi di dalam kehidupan sosial masyarakat (Hannam, 2012). Terjadinya ketimpangan gender bisa dilihat dengan memotret hubungan relasi kekuasaan antara laki-laki dan perempuan. Kaum laki-laki dikonstruksi sebagai actor yang superior dibanding kaum perempuan.

2. Pemetaan Target Pasar

Gambar 4. Konten Partisipasi Anak Muda Dalam Perjuangan Feminisme



Sumber: Postingan Akun @indonesiabutuhfeminis 2022

Pemanfaatan media Instagram dalam membangun pesan-pesan feminisme oleh komunitas online @indonesiabutuhfeminis mempunyai target pasar terhadap anak muda. Pendek kata anak muda dapat dikatakan sebagai seseorang yang sedang mencari aktualisasi diri dan berada pada tahap menemukan jati diri dalam dirinya. Hal tersebut selaras dengan riset yang telah dilakukan oleh Wearesocial Hootsuite hingga Oktober 2020 Instagram telah memiliki 1.158jt pengguna aktif (Hootsuite, 2020). Berdasarkan survei yang dihimpun dari *Napoleon Cat* mengenai penggunaan aplikasi Instagram di Indonesia menyentuh angka 73.790.000 yang dimana para penggunanya dari rentang usia 18-24 tahun (NapoleonCat, 2020). Maka dari itu dalam pemanfaatannya digunakan untuk membangun pesan yang dimana para penggunanya didominasi oleh anak muda dan dalam diri mereka akan terbentuk seorang individu yang selalu menjunjung tinggi nilai-nilai kesetaraan gender.

Berangkat dari proses penyesuaian diri setelah itu hadir terhadap pemberian makna implementasi paham feminisme yang dimana

mempunyai sumbangsih dalam cadangan pengetahuan. Cadangan pengetahuan masyarakat terkait feminisme bisa berangkat dari postingan konten diatas. Konten yang di publikasi melalui Insta *Story* oleh akun @indonesiabtuhfeminis memuat isi dimana Bintang Emon yang merupakan seorang *influencer* merespon tindakan *cat calling* terhadap kaum perempuan. Dari adanya tindakan tersebut beliau terhadap pelaku mulutnya terkena sariawan tidak mempan apabila diobati dengan vitamin C. Beliau juga menuturkan para pelaku yang notabene laki-laki untuk menahan diri ketika perempuan lewat depannya dengan cara tutup mulut atau tidak berkomentar terhadapnya. Apabila hal tersebut dilakukan oleh para pelaku dalam diri korban tidak merasa terganggu dan tercipta situasi yang kondusif di dalam masyarakat.

Berangkat dari penuturan diatas terlihat bahwa actor dalam gerakan feminisme tidak selalu bersandar oleh kaum perempuan. Terlibat kaum laki-laki mempunyai tanggung jawab yang sama guna mendegradasi segala bentuk ketimpangan gender yang terjadi. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya gerakan feminisme mengalami perkembangan yang dinyatakan dengan memunculkan rasa kepekaan kaum laki-laki terhadap sajian fenomena perlakuan diskriminatif oleh perempuan (Larasati, 2019).

Paradigma menurut (Ritzer, 1981) merupakan cara untuk memotret fenomena melalui dirinya terhadap kondisi lingkungannya yang akan berimplikasi terhadap proses berfikir, bersikap, dan bertindak. Para aktivis feminisme notabene menganut ideologi feminis. Ideologi tersebut dipakai untuk memperjuangkan hak-hak kesetaraan bagi wanita. Cara pandang penganut ideologi feminis terhadap penganut patriarki persepsi tersebut memungkiri kedudukan perempuan seharusnya juga mempunyai kuasa dan otonomi penuh atas pilihannya sendiri. Relasi tersebut kemudian dilestarikan dalam masyarakat yang diiringi dengan eksistensi

budaya patriarki yang mendominasi. Dalam konteks ini komunitas online yang berperan sebagai *significant other* memberikan pengetahuan dan pengalaman baru terhadap penganut patriarki.

2. Penciptaan dan Penyajian Konten

1. Penciptaan Konten

Gambar 5. Penciptaan Konten Meme



Sumber: Postingan Akun @indonesia.butuhfeminisme 2022

Diksi meme pada wacananya dibangun oleh Richard Dwakins yang dipakai guna menerjemahkan pergerakan ide ataupun terjadinya peristiwa budaya. Dalam karyanya yang berjudul *Virus of The Mind: The New Science of the Meme* mengatakan bahwa meme merupakan suatu unit informasi yang terdapat dalam pikiran suatu individu guna memberikan dampak pada suatu peristiwa yang sedang terjadi di ruang lingkungannya sehingga penyebaran semakin luas dalam pikiran individu lainnya (Lull, 1997). Pernyataan tersebut memberikan kesimpulan bahwa meme yaitu suatu informasi dalam berupa gagasan. Ideologi, gambar, music, video, ataupun susunan kata serta *hashtag* yang menjadi *booming* karena pada dasarnya meme tersebut setelah dipublikasi tersebar dengan cepat dan mampu dimaknai oleh suatu individu.

Meme dapat ditinjau dalam dua aspek yakni aspek visual beberapa potongan ilustrasi merepresentasikan keadaan emosional yang ditampilkan, sedangkan aspek lainnya merupakan penggunaan diksi. Pada dasarnya meme dapat dikenali dengan terdapatnya diksi yang berada ditenga-tengah ilustrasi. Meme dapat merepresentasikan tiga komponen yaitu manifestasi (*manifestation*), kebiasaan (*behavior*), dan keidealan (*ideal*) (Nasrullah, 2017). Dalam manifestasi meme merupakan sebuah budaya yang dapat dipotret sebagai fenomena yang terjadi di dalam masyarakat. Fenomena tersebut kemudian dikemas dalam bentuk meme. Oleh karena itu meme adalah budaya yang diimplementasikan oleh para konsumen internet dalam menerjemahkan keadaan emosionalnya. Meme juga merupakan ilustrasi dari realitas yang bersifat ideal yang sedang terjadi. Dari ketiga aspek ketiga aspek membongkar apa yang sebenarnya yang terkandung dalam sebuah meme.

Penciptaan konten meme diatas mempunyai kesinambungan dengan tahap objektivasi. Tahap objektivasi merupakan suatu langkah dialektika dalam dunia inter-subjektif. Dalam dunia inter-subjektif tersebut suatu individu menimbang, menilai, dan mengidentifikasi dirinya. Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) memaparkan bahwa pada dasarnya suatu pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari termasuk tahap objektivasi dari langkah pemaknaan subjektif beriringan dengan dunia akal sehat intersubjektif. Pada proses ini komunitas online @indonesiabutuhfeminis sebagai aktivis feminisme menempatkan pemaknaan feminisme diluar diri mereka. Pendek kata faham feminisme merupakan suatu konsep yang bersifat subjektif yang dimana pemaknaan tersebut hanya ada dalam dirinya tanpa menunjukan sebagai realitas yang objektif. Proses ini berjalan ketika pemaknaan feminisme sementara hilang dalam diri

komunitas tersebut. Langkah tersebut dilakukan supaya feminisme yang menjadi kenyataan objektif yang membuat para pejuang hak-hak wanita menerima keberadaan penganut system patriarki. Fungsi penerimaan tersebut untuk membuat objektivasi yang sudah dilembagakan menjadi masuk akal secara objektif.

Berangkat dari konten meme diatas menunjukkan bahwa dalam meme tersebut mengandung pesan bahwa terjadinya kasus kekerasan seksual karena disebabkan oleh pakaian yang digunakan oleh kaum perempuan. Hal tersebut karena pandangan objektif dari para penganut ideologi patriarki. Sedangkan pandangan objektif dari ideologi feminisme Komunitas ini menyajikan konten pesan feminisme terlebih dahulu mendahulukan keberadaan penganut patriarki. Dalam tahap objektivasi sendiri dua realitas saling berdampingan. Dua realitas tersebut yaitu keberadaan penganut patriarki dan feminisme yang masing-masing mempunyai tujuan.

Konten diatas menunjukkan dengan jelas bahwa proses pemaknaan feminisme yang subjektif masih dipertahankan dan dinyatakan dengan sikap mereka yang setuju adanya gerakan feminisme di Indonesia sehingga aktivis feminisme ini terjadi proses sosio-kultural dari dua realitas objektif. Dalam diri pejuang feminisme dalam memperjuangkan hak wanita pasti mengalami penolakan di masyarakat. Maka dari itu komunitas tersebut juga harus terlibat pada dunia patriarki. Menurut (Ngangi, 2011) objektivasi merupakan hasil yang telah diraih berangkat dari proses ekstenalisasi. Para aktivis feminisme melakukan adaptasi dan memberikan pengetahuan kepada penganut system patriarki. Mereka telah memahami betul dimana eksistensi para pejuang feminisme mempunyai tujuan dan manfaat penciptaan kesetaraan gender terhadap keberlangsungan hidup kaum perempuan. Maka dari itu terbentuklah komunitas online @indonesiabutuhfeminis ini sebagai wujud dari hasil objektivasi pemaknaan feminisme melalui

proses instusionalisasi. Melalui penuturan (Demartoto, 2013) guna merawat suatu realitas harus hadirnya eksistensi organisasi sosial. Hadirnya suatu organisasi sosial tersebut karena hasil dari sejarah dari aktivis masyarakat, semua realitas yang dikonstruksi secara sosial pada akhirnya mengalami dinamika berkat tindakan manusia, alhasil perlunya keberadaan organisasi sosial guna merawatnya.

2. Distribusi Konten

Tabel 4. Jumlah Postingan Konten Edukasi Akun @indonesia.butuhfeminisme

Kategori	Poster	Video	Jumlah
Single Post	31	31	63
Multiple Post	43	6	49

Sumber: Akun @indonesia.butuhfeminis

Berlangsungnya proses dialketika dalam ruang maya dengan diiringi adanya pesan, isi, dan media yang mengudara pada setiap postingannya. Potingan konten tersebut pada akhirnya menciptakan hubungan timbal balik berupa interaksi yang arahnya menyikai ataupun memberi argument terhadap postingan konten yang mengudara. Media sosial sendiri mengalami perkembangan dalam menampilkan wadah yang mandiri untuk menndistribusikan konten yang semula berangkat dari penyediaan ruang tunggal (*single post*) yang selanjutnya beranjak pada ruang berganda (*multiple post*) untuk mengontrol lebih besar tempat untuk mengunggah konten dengan satu kerangka berfikir yang kemudian dimanfaatkan menjadi berameka raham variasi dalam pemnafaatannya (Putra & Astina, 2019)

Beraneka macam akun pengguna Instagram menggunakan model *multiple psot* yang dimana mengandung konten dikemas dengan bentuk visual terutama pada ranah elemen grafis dalam

proses penyusunan. Postingan konten yang mengandung terkait sebuah edukasi seperti bisnis, industry kreatif, kesehatan, hingga motivasi, paling banyak dibangun oleh para *netizen* alhasil mendominasi paa ruang maya. Beberapa akun Instagram yang memanfaatkannya untuk hal edukasi memunculkan pandangan konsumen-sentris saat menciptakan proses komunikasi dengan masyarakat melalui dunia maya. Melalui alat tersebut beberapa akun yang mengkonstruksi dan memproduksi konten edukasi sangat memperhatikan apa yang saat ini sedang diutuhkan oleh warganet sebagai pihak konsumen. Suatu perusahaan yang mengimplementasikan sudut pandang konsumen-sentris percaya bahwa terciptanya kesuksesan dalam berbisnis yaitu menyediakan nilai yang bersandar pada apa yang sedang dibutuhkan oleh konsumen (Kotler, Phillip, & Kartajaya, 2017)

Pada postingan konten *single post* oleh akun @indonesiabutuhfeminis menyajikannya dengan hasil tangkapan layar salah satunya yaitu media Twitter. *Screenshot* tersebut kemudian diunggah melalui fitur *feed* Instagram. Tidak hanya itu saja postingan yang tergolong masuk ke dalam *single post* juga dikemas dalam bentuk audio visual yang dikemas bentuk video pendek. Postingan konten yang konsisten terseut mengandung isi yang selaras terkait tema hak-hak wanita yang harus diperjuangkan. Pada system *single post* tersebut menyajikan tampilan karya secara utuh tanpa mengurangi elemn visual yang ingin diinteraksikan. Seperti yang dikemukakan oleh (Zhang, 2013) media Instagram dipilih sebagai salah satu *platform* media sosial yang dapat membantu suatu individu yang menyampaikan suatu materi pembelajaran secara efektif dan efisien. Pemanfaatan infografis mempunyai efektivitas menampilkan sebuah konten yang memuat suatu informasi dengan cara yang lebih sederhana dan mudah untuk dipahami oleh para konsumen.

Pemakaian media Instagram yang memanfaatkan *multiple post* beberapa waktu digunakan oleh para *netizen* untuk berbagi pengalaman, pengalaman, dan untuk meningkatkan pelayanan kepada public. Dengan adanya suatu informasi yang mengudara melalui komunikasi visual yang mengarah pada ranah edukasi. Hal tersebut berangkat dari mulai adanya perubahan beberapa akun dalam menampilkan kontennya. Cara kerja dari system *multiple post* yaitu digeserl layaknya sebuah buku. Media Instagram pada awal kehadirannya hanya bisa mempotsting satu tampilan saja tanpa bisa menambahkan tampilan lainnya dalam satu *feed*. Berangkat dari keterbatasan itulah media Instagram membuat pembaharuan dengan hadirnya fitur *multiple post*. Keberadaan fitur tersebut juga mempunyai batasan hanya bisa berbagi konten sebanyak sepuluh *slide*. Disatu sisi adanya *multiple post* dimanfaatkan untuk mempblikasi lebih banyak foto ataupun video, namun pada akhirnya fitur tersebut lambat laun beralih fungsi yang lainnya yaitu sebagai tempat untuk mengedukasi kepada para *netisen* yang dimana mempunyai kesamaan egan halaman buku (Pilliang, 2008)

Akun komunitas online @indonesiabutuhffeminis tidak monoton hanya bergulat pada konten model *single post*. Beberapa konten yang diunggah menggunakan system *multiple post*. Pemberlakuan kedua system tersebut mempunyai maksud konten-konten yang dipublish lebih variative sehingga para pengikut tidak bosan. Melalui konten edukasi yang dikemas dalam system *multiple post* mempunyai tujuan untuk meningkatkan intensitas dialektika antar pengikut serta memuat lebih banyak informasi yang dimuat dibanding menggunakan system *single post* pada satu kerangka berfikir. Setiap halaman yang terdapat pada unggahan *multiple post* berusaha untuk memaknai pesan-pesan feminisme yang diunggah dengan diiringi dengan unsur visual berupa ilustrasi, bentuk (elemen grafis), tipografi, teks, dan warna. Dalam ranah Pendidikan

infografis dijadikan apparatus yang dapat membantu dalam kegiatan belajar. Alasan untuk memakai infografis dalam ranah Pendidikan karena dapat meningkatkan pemahaman yang menerima informasi yang dilayangkan (Bicen & Beheshti, 2017)

Adanya Konstruksi pesan feminisme yang bersumber pada fenomena sosial yang terjadi melalui proses tahapan dalam diri komunitas online tersebut meng-interpretasikan stimulus mereka guna memberikan makna bagi lingkungan mereka. Stimulus tersebut mereka dapatkan melalui fenomena sosial alhasil akan dikemas dalam bentuk pesan-pesan yang di dalamnya mengandung makna. Peter L. Berger dan Thomas Luckman menyatakan bahwa dalam kehidupannya secara biologis dalam diri manusia akan selalu mengalami pertumbuhan yang diiringi dengan melakukan sosialisasi dengan lingkungannya (Berger & Luckmann, 1990). Pernyataan tersebut selaras dengan dialami oleh komunitas online @indonesiabutuhfeminis bahwasanya mereka berada dalam dua wacana. Beradanya dua wacana yang saling bertolak belakang yaitu wacana feminisme dan wacana patriarki. Komunitas online ini merasa tidak nyaman terhadap salah satu diskursus yang dikonstruksi oleh masyarakat yang dominan. Dalam berjalannya aktivitas di ruang maya mereka mengalami hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi. Maka dari hubungan timbal balik yang terjadi di ruang maya dalam komunitas online @indonesiabutuhfeminis merupakan hall umrah terjadi yang dimana pada akhirnya mencintakan suatu realitas sosial baru.

Berangkat dari gambar diatas menunjukkan bahwa pendistribusian konten pesan-pesan feminisme dipunggah melalui pemanfaatan fitur *feed* Instagram. Pendistribusian semua konten pesan-pesan feminisme tidak hanya bersumber dari unggahan melalui feed saja, melainkan akun ini memanfaatkan fitur lain di

Instagram seperti *highlight*, *instastory*, *IG Live*, dan *IG TV*. Dari adanya fitur-fitur tersebut dimanfaatkan oleh pengguna instagram baik pemilik akun ataupun para pengikut untuk berselancar mencari sebuah informasi.

3. Penguatan konten

Gambar 5. Penguatan konten



Sumber: Postingan Akun @indonesia.butuhfeminisme 2022

Internalisasi merupakan langkah penyerapan kembali dunia realitas objektif yang pada waktu itu dikesampingkan sementara waktu. Penarikan kembali ke dalam diri mereka melakukan identifikasi dalam wadah organisasi (Berger & Luckmann, 1990) Ideologi feminisme dipegang kuat-kuat oleh komunitas online ini. Komunitas online ini menjalankan perannya. *sebagai agent of change* Realitas sosial berusaha dimunculkan oleh komunitas online ini melalui konstruksi pesan-pesan feminize. Pembangunan pesan tersebut bersandarkan pada pengetahuan, pengalaman, dan ruang lingkup media Instagram yang dijadikan tempat untuk bersosialisasi. Pesan-pesan yang dibangun pada akhirnya akan ditafsirkan sesuai dengan cara pandangnya. Pendek kata para pengikut komunitas online @indonesiabutuhfeminis terhadap pemaknaan terhadap feminis berubah menjadi lebih baik, namun tidak meninggalkan sifat maskulin kaum laki-laki. Melalui proses

ini suatu individu menjadi produk dari masyarakat. Begitu juga terkait makna feminis para pengikut merupakan hasil dari lahirnya komunitas online @indonesiabutuhfeminis.

Tahapan untuk menjadi sebuah realitas subjektif yang akan dimaknai oleh para netizen. (Berger & Luckmann, 1990) menyatakan bahwa untuk menjaga konsistensi dan menyalurkan kenyataan subjektif perlu diadakannya transformasi kenyataan subjektif. Dalam tahapan sosialisasi ini Dalam tahapan sosialisasi tersebut komunitas online @indonesiabutuhfeminis dalam mengkonstruksi pesan-pesan feminisme bersumber dari akun lain yang memuat ideologi yang sama seperti @lawanpatriarki, @feministevent, @kerbaupink, dan aktivis feminis yang bukan sebagai komunitas. Dari langkah yang dilakukannya tersebut komunitas ini mulai mengikuti banyak pengetahuan kajian feminisme. Maka dari itu komunitas online @indonesiabutuhfeminis berada pada tahap mereka sudah mulai menyaring apa saja yang menjadi tujuan dari lahirnya gerakan perjuangan hak wanita dalam bayang-bayang keberadaan system patriarki. Perlakuan diskriminatif terhadap perempuan harus benar-benar harus dalam dirinya.

Hadirnya para aktivis feminisme di ruang *cyber* membuat para pengikut komunitas online @indonesiabutuhfeminis dianggap sebagai orang-orang yang akan memberikan dampak. Bertemu dengan orang-orang yang berdampak tersebut akan memberikan sosialisasi mengenai suatu makna realita tertentu. Dalam komunitas online @indonesiabutuhfeminis terdapat tiga orang yang membagikan suatu pengetahuan yaitu RA, SK, dan AF. Alhasil suatu individu tidak terlahir dalam dunia objektif melainkan juga dalam dunia subjektif. Suatu individu yang berdampak pada hal ini yaitu aktivis feminis melakukan filter yang sesuai dengan tempat dan ideologi khas mereka jalankan (Manuaba, 2008).

Berdasarkan meme dikonstruksi oleh akun @indonesiabuthfeminisme merupakan salah satu bentuk manifestasi yaitu *stereotype*. Pemberian label negative terhadap sesuatu peristiwa yang sedang terjadi di dalam masyarakat tidak bisa dihindari dan menjadi sudah menjadi kebiasaan yang sudah mandarah daging. Pemberian label tersebut membuat kebebasan orang untuk berekspresi menjadi terbatas. Dari adanya budaya tersebut di dalam masyarakat akun @indonesiabuthfeminisme meresponnya dengan membuat meme yang menggambarkan realitas ideal. Akun @indonesiabuthfeminis dalam melakukan penguatan konten yang mempunyai kaitan dengan para pengikutnya yaitu dengan hadirnya interaksi antara admin media sosial dengan pengikut yaitu dengan cara merespon komentar atas postingan yang diunggah.

Adanya konten meme memiliki tujuan guna menghasilkan citra yang menjunkan bahwa antara pemilik akun komunitas online merasa dekat dengan para *followers*. Salah satu konten meme yang membuat daya tarik hadir bisa menumbuhkan rasa semangat para anggota komunitas online karena disebabkan dengan adanya konten hiburan tersebut mereka merasa terhibur atas pesan-pesan yang diunggah . Menurut Lon dan David mengemukakan bahwa dari adanya konten hiburan dapat mendekatkan dengan para *followers* (Safko & Brake, 2009). Dalam postingan komunitas online @indonesiabuthfeminisme konten hiburan dikemas dalam bentuk meme:

Problematic gender selalu menjadi perbincangan di dalam masyarakat. Perbincangan tersebut mempunyai kemungkinan besar meluas dan menjadi massif dibicarakan melalui media sosial. Salah satu perbincangannya yang dewasa ini populer dibuat oleh masyarakat yaitu kemas dalam bentuk internet meme. Internet

meme merupakan konten digital yang didalamnya memuat karakter yang diciptakan, diimitasi, dan dipublikasikan pada ruang maya.

Keberadaan internet meme tidak bisa lepas dari demokrasi di Indonesia yang dimana menjadi tempat untuk berekspresi sikap dan pikiran warga masyarakat terkait beraneka macam fenomena yang sedang berlangsung, alhasil meme menjadi salah satu wadah representasi realitas sosial pada masyarakat di Indonesia. Internet meme viral semenjak kehadiran pada salah satu situs *yeahmahasiswa.com* sekitar tahun 2009 yang memunculkan beraneka meme yang memuat parodi dan *psywar* pada kehidupan sehari-hari sebagai mahasiswa seperti tugas akhir, kegiatan berorganisasi, hingga menyinggung indeks prestasi kumulatif. Hal tersebut kemudian mengalami perkembangan ke arah yang lebih besar. Para *netizen* pada akhirnya memperbanyak meme menjadi beberapa versi yang memuat beraneka macam topik. Maka dari itu para *netizen* mempublikasi meme tersebut pada ruang maya. (Alfiansyah, 2016).

3. Proses Dialektika: Eksternalisasi, Objektivasi, dan Ekternalisasi

Adanya Konstruksi pesan feminisme yang bersumber pada fenomena sosial yang terjadi melalui proses tahapan dalam diri komunitas online tersebut menginterpretasikan stimulus mereka guna memberikan makna bagi lingkungan mereka. Stimulus tersebut mereka dapatkan melalui fenomena sosial alhasil akan dikemas dalam bentuk pesan-pesan yang di dalamnya mengandung makna. Peter L. Berger dan Thomas Luckman menyatakan bahwa dalam kehidupannya secara biologis dalam diri manusia akan selalu mengalami pertumbuhan yang diiringi dengan melakukan sosialisasi dengan lingkungannya (Berger & Luckmann, 1990). Pernyataan tersebut selaras dengan dialami oleh komunitas online @indonesiabutuhfeminis bahwasanya mereka berada dalam dua wacana. Beradanya dua wacana yang saling bertolak belakang yaitu wacana

feminisme dan wacana patriarki. Komunitas online ini merasa tidak nyaman terhadap salah satu diskursus yang dikonstruksi oleh masyarakat yang dominan. Dalam berjalannya aktivitas di ruang maya mereka mengalami hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi. Maka dari hubungan timbal balik yang terjadi di ruang maya dalam komunitas online @indonesiabutuhfeminis merupakan hall umrah terjadi yang dimana pada akhirnya mencintakan suatu realitas sosial baru.

Pada dasarnya hidup manusia selalu bergantung pada makhluk lain. Proses bergantung tersebut diiringi dengan proses komunikasi. Dalam diri setiap individu terdapat dorongan untuk melakukan proses interaksi dengan lawannya. Hasil dari interaksi tersebut pada akhirnya bisa menghadirkan sebuah entitas sosial yang didalamnya memuat lokasi, kesamaan tujuan, dan ideologi yang dianut (Inah, 2013). Lahirnya komunitas online @indonesiabutuhfeminis dari saling bergantung manusia. Bergantung manusia tersebut karena ketika dirinya tertindas oleh suatu system maka mereka berusaha untuk mencari individu lain yang mengalami hal serupa guna menyuarkan haknya. Dalam menyuarkan haknya mereka bertempat pada media Instagram yang mempunyai kebebasan untuk bersuara. Melakukan aksi secara virtual dalam setiap anggota komunitas melekat ideologi feminisme. Penggunaan ideologi tersebut dipakai sebagai identitas yang di dalamnya memuat tujuan yang hendak dicapai. Peter L. Berger dan Thomas Luckman mempunyai tiga konsep dalam membentuk realitas sosial. Tiga konsep dialektis tersebut terdiri dari proses Eksternalisasi, Objektivasi, dan Internalisasi

1. Tahap Eksternalisasi

Tahap ini dalam diri suatu individu melakukan penyesuaian dengan dunia sosio kulturalnya (Berger & Luckmann, 1990). Para aktivis feminisme melakukan adaptasi dan mengaktualisasikan dirinya terhadap *stock of knowledge* yang mereka miliki yang bersumber dari terjadinya beraneka macam fenomena pada kehidupan masa lampau yaitu pada dunia sosio-kulturalnya dalam bingkai faham feminisme dan

lingkungannya. Ketika berada pada proses untuk belajar diringi dengan proses adaptasi faham feminisme Keberadaan gerakan sosial feminisme untuk bisa hadir didalam masyarakat sendiri tidak mudah. Dalam lingkup masyarakat yang terdiri dari suatu individu ada yang mendukung atau justru berbanding terbalik menolak dari adanya gerakan feminisme. Wujud nyata dari adanya dukungan terhadap gerakan feminisme dengan berlangsungnya aksi Woman's March di Jakarta.

Aksi Woman March tersebut berlangsung pada 4 Maret 2017 di depan Istana Negara. Hadirnya aksi tersebut diikuti kurang lebih sebanyak 700 orang yang memuat dari kolaborasi berbagai entitas sosial di masyarakat. Ketika aksi berjalan para aktivis feminisme tersebut memperjuangkan tuntutan yang terdiri dari delapan indicator (Wulandari, 2018) seperti: dalam bermasyarakat setiap warganya harus massif dalam menghadirkan sikap toleransi atas adanya keanekaragaman, pemerintah membuat landasan hukum yang berpandangan gender, pemerintah dan masyarakat lebih peka terhadap issue keberlangsungan lingkungan hidup dan perempuan yang berperan sebagai pekerja, meng-konstruksi kebijakan publik yang tidak membuat salah satu kelompok masyarakat termarjinalkan, pemerintah dan parpol melibatkan perempuan dalam ranah politik, pemerintah dan masyarakat lebih menghargai terhadap keberadaan entitas LGBT, dan pemerintah dan masyarakat menyoroti dan peka terhadap perlakuan terhadap dalam ranah publik dan domestic serta memupuk keadilan pada perempuan di seluruh dunia. Berangkat dari adanya aksi tersebut membawa angin segar bagi para aktivis feminis yang keberadaannya ada yang mendukung.

Wacana patriarki sendiri dimaknai sebagai produk yang dikonstruksi oleh para penganut patriarki. Wacana yang dibangun tersebut bisa dirubah karena pada hakekatnya merupakan buatan manusia yang disandarkan pada rasio yang mereka miliki. Dari adanya

pembentukan wacana oleh system patriarki berdampak terjadinya ketimpangan gender. Dapat kita jumpai telah terjadi ketimpangan gender yang terjadi di dalam kehidupan sosial masyarakat (Hannam, 2012). Terjadinya ketimpangan gender bisa dilihat dengan memotret hubungan relasi kekuasaan antara laki-aki dan perempuan. Kaum laki-laki dikonstruksi sebagai actor yang superior dibanding kaum perempuan.

Berangkat dari proses penyesuaian diri setelah itu hadir terhadap pemberian makna implementasi faham feminisme yang dimana mempunyai sumbangsih dalam cadangan pengetahuan. Cadangan pengetahuan masyarakat terkait feminisme bisa sebagai berikut;

Gambar 4 Postingan Insta Story



Sumber: Postingan Akun @indonesiabutuhfeminis 2022

Konten yang di publikasi melalui Insta Story oleh akun @indonesiabutuhfeminis memuat isi dimana Bintang Emon yang merupakan seorang *influencer* merespon tindakan *cat calling* terhadap kaum perempuan. Dari adanya tindakan tersebut beliau terhadap pelaku mulutnya terkena sariawan tidak mempan apabila diobati dengan

vitamin C. Beliau juga menuturkan para pelaku yang notabene laki-laki untuk menahan diri ketika perempuan lewat depannya dengan cara tutup mulut atau tidak berkomentar terhadapnya. Apabila hal tersebut dilakukan oleh para pelaku dalam diri korban tidak merasa terganggu dan tercipta situasi yang kondusif di dalam masyarakat. Berangkat dari penuturan diatas terlihat bahwa actor dalam gerakan feminisme tidak selalu bersandar oleh kaum perempuan. Terlibat kaum laki-laki mempunyai tanggung jawab yang sama guna mendegradasi segala bentuk ketimpangan gender yang terjadi. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya gerakan feminisme mengalami perkembangan yang dinyatakan dengan memunculkan rasa kepekaan kaum laki-laki terhadap sajian fenomena perlakuan diskriminatif oleh perempuan (Larasati, 2019).

Paradigma menurut (Ritzer, 1981) merupakan cara untuk memotret fenomena melalui dirinya terhadap kondisi lingkungannya yang akan berimplikasi terhadap proses berfikir, bersikap, dan bertindak. Para aktivis feminisme notabene menganut ideologi feminis. Ideologi tersebut dipakai untuk memperjuangkan hak-hak kesetaraan bagi wanita. Cara pandang penganut ideologi feminis terhadap penganut patriarki persepsi tersebut memungkiri kedudukan perempuan seharusnya juga mempunyai kuasa dan otonomi penuh atas pilihannya sendiri. Relasi tersebut kemudian dilestarikan dalam masyarakat yang diiringi dengan eksistensi budaya patriarki yang mendominasi. Dalam konteks ini komunitas online yang berperan sebagai *significant other* memberikan pengetahuan dan pengalaman baru terhadap penganut patriarki.

Adanya pemaknaan terhadap terjadinya suatu fenomena yang sedang terjadi bersumber dari pengalaman individu tersebut dengan fenomena yang berada diluar dirinya. Bersumber dari konstruksi sosial dipahami bahwa konsep dari hadirnya makna yang diciptakan oleh suatu individu kemudian dibangun dengan bersandar pada cadangan

pengetahuan yang sebenarnya dari pengalaman nyata. Disisi lain eksistensi masyarakat yang berada dalam lingkungannya mempunyai sumbangsih pada hadirnya suatu realitas sosial. (Berger & Luckmann, 1990). Sikap para aktivis feminisme yang ditunjukkan seperti sikap Bintang Emon merupakan sebagai *significant other* yang dimana memberikan ilmu dan pengalamannya terhadap para patriarki. Pemberian ilmu dan pengalaman yang mereka lakukan sebenarnya juga tidak terlepas dari sumbangsih budaya patriarki. Dari adanya sumbangsih tersebut terjadilah proses akulturasi. Penggabungan dua budaya tersebut yaitu para patriarki yang disuguhkan budaya yang asing dari diri mereka. Maka dari itu pemaknaan terhadap feminisme disajikan dalam bentuk perlawanan yang dikemas dalam bentuk konten pesan-pesan feminisme komunitas online @indonesiabutuhfeminis. Dari adanya konten pesan tersebut membawa suatu realitas baru dari penggabungan dua hal tersebut.

Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) pada tahap ini suatu individu meluapkan kondisi emosional dalam berbagai hal di dunia baik secara fisik ataupun mental. Pada komunitas online @indonesiabutuhfeminis ketika penganut system patriarki berusaha untuk masuk ke dalam ranah feminisme. Hal tersebut seperti publikasi konten sebagai berikut;

Gambar 5 Postingan Respon Penganut Sistem Patriarki



Sumber: Postingan Akun @indonesiabutuhfeminis 2022

Pemaknaan feminisme yang bersifat subjektif diatas menyebutkan bahwa apabila seorang perempuan tarafnya lebih tinggi baik itu pengetahuan dan finansial akan berdampak buruk. Dampak buruk tersebut dimana perempuan tersebut susah untuk mendapatkan pasangan hidup. Dari hal tersebutlah yang dimana adanya gerakan feminisme malah berdampak buruk bagi perempuan sendiri. Pendek kata pemaknaan diatas yang subjektif tersebut digabungkan dengan pemaknaan subjektif lain yang pada akhirnya terlembagakan. Dalam karyanya suatu individu memahami realitas kehidupan dianggap sebagai suatu realitas yang sudah sistematis dan tertata. Hadirnya berbagai macam fenomena yang sistematis tersebut sudah tersedia dalam pola-pola yang tidak bersandar pada kerangka berfikir manusia. Realitas kehidupan tersebut sudah terobjektivasi. (Berger & Luckmann, 1990)

2. Tahap Objektivisasi

Objektivasi merupakan suatu langkah dialektika dalam dunia inter-subjektif. Dalam dunia inter-subjektif tersebut suatu individu menimbang, menilai, dan mengidentifikasi dirinya. Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) memaparkan bahwa pada dasarnya suatu

pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari termasuk tahap objektivasi dari langkah pemaknaan subjektif beriringan dengan dunia akal sehat intersubjektif. Pada proses ini komunitas online @indonesiabutuhfeminis sebagai aktivis feminisme menempatkan pemaknaan feminisme diluar diri mereka. Pendek kata faham feminisme merupakan suatu konsep yang bersifat subjektif yang dimana pemaknaan tersebut hanya ada dalam dirinya tanpa menunjukkan sebagai realitas yang objektif. Proses ini berjalan ketika pemaknaan feminisme sementara hilang dalam diri komunitas tersebut. Langkah tersebut dilakukan supaya feminisme yang menjadi kenyataan objektif yang membuat para pejuang hak-hak wanita menerima keberadaan penganut system patriarki. Fungsi penerimaan tersebut untuk membuat objektivasi yang sudah dilembagakan menjadi masuk akal secara objektif. Proses penarikan keluar makna feminisme dari luar diri mereka selaras dengan postingan berikut ini:

Gambar 6 Konten Pemahaman Ideologi Feminisme



Sumber: Postingan Akun @indonesiabutuhfeminis 2022

Proses objektivasi dalam penelitian ini adalah pandangan masyarakat terhadap ideologi feminisme sesuai dengan pengetahuan awal masyarakat yang kemudian sebagai suatu realitas objektif. Dalam proses objektivasi ini pandangan masyarakat terhadap ideologi feminisme bisa

berbeda-beda, pandangan mereka ini didasari oleh pengetahuan-pengetahuan dan pengalaman yang kemudian mereka dapatkan, dimana pengetahuan dan pengalaman yang didapati setiap individu berbeda satu dengan yang lainnya. Pada tahapan ini ditemukan beberapa pandangan terkait ideologi feminisme yang bersumber dari artikel Magdalene yang kemudian diunggah oleh komunitas online @indonesiabutuhfeminis dan hal itu diklasifikasikan menjadi sepuluh pemahaman terkait ideologi feminisme, yaitu :

1. Feminisme Membenci Laki-Laki

Ini adalah salah satu kekeliruan paling kuno dan paling melelahkan mengenai pemahaman ideologi feminisme. Feminisme adalah sebuah gerakan dan ideologi yang memperjuangkan kesetaraan bagi perempuan dalam segala ranah kehidupan. Melalui artikel yang ditulis oleh (Mulyadi, 2018). Dalam artikel mengulik tentang cerpen “Maria” tersebut mengungkap bahwa sikap Maria yang seorang perempuan yang berani melawan tindakan semena-mena kaum lelaki. Maria berani melawan dan mencakar bosnya yang mau melecehkannya. Maria juga merasa sedih atas nasib yang menimpa sahabat akrabnya yang bernama Delly yang menjadi korban pelecehan bosnya sendiri hingga hamil 6 bulan. Hal inilah yang membuat Maria yang biasanya ceria menjadi murka dan membenci kaum lelaki. Sikap yang diambil oleh Maria bukan menandakan beliau membenci laki-laki, melainkan ingin menegakkan keadilan melalui faham feminisme yang dianutnya karena mengalami perilaku diskriminatif.

2. Feminisme Harus Melmahkan Laki-Laki

Guna tercapainya kesetaraan gender memang harus melalui dekonstruksi maskulinitas, namun hal ini tidak sama dengan mengebiri laki-laki. Dalam ratusan tahun sejarahnya (bahkan sebelum istilah feminisme digaungkan), gerakan ini telah memupuk

tradisi perenungan yang dalam dan pemikiran kembali konstruksi sosial atas gender maupun dinamika gender. Feminisme seharusnya memperbaiki relasi gender, bukan memperkuat salah satu jenis kelamin dengan mengorbankan yang lain.

3. Feminisme Hanya Membantu Perempuan

Aliran feminisme tidak hanya membebaskan perempuan, gerakan ini juga membebaskan kaum laki-laki dengan memutus standar-standar yang diberikan masyarakat pada perempuan dan laki-laki. Feminisme adalah tentang mengubah peran gender, norma seksual dan praktik-praktik seksis yang membatasi diri. Laki-laki mempunyai kebebasan untuk berpetualang hidup diluar batas-batas kaku sifat maskulinitasnya yang tradisional. Feminisme juga mempercayai akses yang sama untuk ranah pendidikan, yang barangkali memungkinkan ibu-ibu mendapatkan gelar universitas. Dengan pendidikan tersebut perempuan cenderung memiliki pilihan-pilihan hidup yang lebih baik, menghasilkan keluarga dan masyarakat yang lebih sehat dan berfungsi secara optimal (Ahmad & Yunita, 2019).

4. Hanya Perempuan Yang Bisa Jadi Feminis

Aktivistis feminisme mempunyai komitmen untuk mengatasi problem seperti KDRT dan kekerasan seksual, ketimpangan upah, dan objektivasi seksual. Cara untuk menangani beberapa masalah tersebut yaitu melibatkan keberadaan dari kaum laki-laki dengan meningkatkan kesadaran terhadap wacana kesetaraan gender, mengajarkan anak laki-laki untuk menghormati anak perempuan, membuat para ayah mau berbagai beban pekerjaan dan peran dalam rumah tangga.

5. Feminisme pasti ateis

Dari sudut pandang feminis konsep trinitas adalah hasil dari konstruksi manusia. Ivone Gebara mencatat bahwa “kita sendirilah yang saat ini menerima satu hal dan besok kita memperbaiki apa

yang telah kita katakan. Jika kita menerima gambaran Allah sebagai pelindung-pengayom atau sebagai sosok yang lembut dan berbelaskasih (Gebara, 1999). Jika konsep Trinitas adalah konstruksi manusia, maka tidak mengapa apabila dilakukan rekonstruksinya dengan menegaskan gagasan feminisme pada Allah. Sehingga Allah dapat disapa sebagai Bapa yang keibuan (pathernity mother) supaya melengkapi Allah yang kebapaan (maternity father)

6. Feminis Tidak Percaya Pernikahan

Dalam Cerpen Ilona karya Leila S.Chudori yang termaktub dalam kumpulan cerpen Malam Terakhir menjadi cerpen yang membahas perihal feminisme. Menceritakan tentang kehidupan seorang anak perempuan yang sejak kecil terbiasa berpikir kritis terhadap lingkungan kehidupannya. Menjalani kehidupan dengan kemauan hati dan cara berpikir di luar standar berpikir orang kebanyakan. Pada usia yang belia ia mampu menerima kritik dari banyak pihak tentang pilihannya menjadi seorang manusia. Bahkan ketika ia beranjak dewasa dan dihadapkan dengan masalah internal(keluarga) ia tetap tumbuh sebagai perempuan yang independen. Dengan berbagai masalah, Ilona memilih untuk tidak berkomitmen dan mengejar hal-hal yang diinginkan. Sebab kerusakan rumah tangga orangtua maka Ilona memilih untuk tidak menikah. Ia sudah cukup tangguh untuk membentuk keluarga sendiri tanpa pasangan. Perjuangan untuk memperoleh keadilan sebagai seorang manusia yang utuh tanpa peduli konstruksi sosial berlebihan. (Khairunnisa, 2021)

7. Feminis Tidak Memakai Rias dan Beha

Pemahaman seperti tidak mempunyai kesibambungan dengan paham feminisme. Feminisme sendiri memberikan kaum perempuan kebebasan untuk melakukan ekspresi di ruang publik. Mengekspresikan diri dalam ekspresi feministas tradisional adalah

sebuah pilihan, bukan kewajiban, dan tidak seharusnya itu mendefinisikan kepribadian suatu individu. Dalam diri suatu individu merasa dirinya cantik ketika tidak suka membuang terlalu banyak waktu dan energi untuk melakukannya seperti memakai aksesoris yang mempercantik diri.

8. Feminisme Merupakan Konsep Barat.

Namun perlu diingat bahwa feminisme bukanlah gerakan universal dengan konsep homogen yang dapat mewakili seluruh perempuan. Seperti yang ditekankan (Tong, 1998) feminisme merupakan konsep yang sangat luas dan majemuk. Feminisme merupakan sebuah kata yang memayungi berbagai pendekatan, pandangan, dan kerangka berpikir yang digunakan untuk menjelaskan penindasan terhadap perempuan dan jalan keluar yang digunakan untuk meruntuhkan penindasan. Adapun pembagian feminisme menjadi gerakan feminisme awal, feminisme gelombang kedua, dan feminisme gelombang ketiga seperti yang dilakukan (Gamble, 2010) merupakan salah satu usaha untuk menarik benang merah perkembangan feminisme secara kronologis.

9. Feminisme Belum Berubah Seiring Waktu

Feminisme telah berkembang dari sekedar perjuangan untuk diakui sebagai manusia yang memiliki rasio seperti layaknya laki-laki, feminisme berkembang menjadi gerakan yang memiliki aspirasi majemuk. Namun inti dari kesemua perjuangan tersebut adalah kesetaraan perempuan untuk menjadi subjek aktif dalam hidupnya. Masing-masing gelombang memiliki penekanan yang berbeda dalam tujuan periodiknya. Tujuan feminisme awal berevolusi dari perjuangan untuk diterima sebagai makhluk yang berasio menjadi tuntutan atas hak-hak perempuan yang lebih legal. Feminisme gelombang pertama berawal dari tuntutan yang sama atas pendidikan bertujuan untuk memperjuangkan hak perempuan untuk mendapatkan pendidikan formal berevolusi menjadi tuntutan

untuk mendapatkan hak pilih. Kesetaraan dalam segala bidang dalam feminisme gelombang kedua kemudian berevolusi menjadi tuntutan atas hak-hak istimewa perempuan karena fisiologisnya yang berbeda dari laki-laki. Sedangkan feminisme gelombang ketiga dan/atau postfeminisme telah memiliki agenda yang sangat majemuk sejak awal dimulainya.

Perubahan dalam feminisme dari waktu ke waktu maupun kemajemukan feminisme pasca 1970an bukanlah sebuah kelemahan. Perubahan dalam tujuan-tujuan feminisme merupakan bukti bahwa feminisme dapat beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan perempuan sesuai dengan tuntutan jaman yang dihadapi perempuan. Sedangkan kemajemukan dalam feminisme pasca gelombang kedua bukanlah hal yang baru bagi feminisme. Menurut (Tong, 1998), feminisme merupakan gerakan yang memiliki akar majemuk. Berbagai aliran yang muncul dalam feminisme, baik dalam feminisme gelombang kedua maupun gelombang ketiga merupakan perkembangan dari perbedaan-perbedaan yang telah dimiliki feminisme sejak awal. Mereka berkembang ketika mendapatkan konteks yang tepat saat perempuan mendefinisikan perbedaan di antara mereka. Perbedaan-perbedaan ini memperkaya feminisme dan mendorong feminisme untuk terus berkembang.

10. Feminisme Sudah Tidak Diperlukan Lagi

Negara Indonesia yang notabene sebagai negara berkembang masih sangat membutuhkan implementasi kesetaraan gender. Berangkat dari salah satu fenomena ketika anak perempuan mengalami putus sekolah karena para orang tua masih memprioritaskan pendidikan pada anak laki-laki. Anak laki-laki dipandang menguntungkan dari investasi ekonomi yang dilakukan oleh orang tua melalui pendidikan. Maka dari itu wacana terkait feminisme masih sangat dibutuhkan di dalam masyarakat Indonesia.

Berangkat dari pemahaman masyarakat terkait paham feminisme diatas menunjukkan dengan jelas bahwa proses pemaknaan feminisme yang subjektif masih dipertahankan dan dinyatakan dengan sikap mereka yang setuju adanya gerakan feminisme di Indonesia sehingga aktivis feminisme ini terjadi proses sosio-kultural dari dua realitas objektif. Dalam diri pejuang feminisme dalam memperjuangkan hak wanita pasti mengalami penolakan di masyarakat. Maka dari itu komunitas tersebut juga harus terlibat pada dunia patriarki. Menurut (Ngangi, 2011) objektivasi merupakan hasil yang telah diraih berangkat dari proses ekstenalisasi. Para aktivis feminisme melakukan adaptasi dan memberikan pengetahuan kepada penganut system patriarki. Mereka telah memahami betul dimana eksistensi para pejuang feminisme mempunyai tujuan dan manfaat penciptaan kesetaraan gender terhadap keberlangsungan hidup kaum perempuan. Maka dari itu terbentuklah komunitas online @indonesiabutuhfeminis ini sebagai wujud dari hasil objektivasi pemaknaan feminisme melalui proses instusionalisasi. Melalui penuturan (Demartoto, 2013) guna merawat suatu realitas harus hadirnya eksistensi organisasi sosial. Hadirnya suatu organisasi sosial tersebut karena hasil dari sejarah dari aktivis masyarakat, semua realitas yang dikonstruksi secara sosial pada akhirnya mengalami dinamika berkat tindakan manusia, alhasil perlunya keberadaan organisasi sosial guna merawatnya.

3. Tahap Internalisasi

Internalisasi merupakan langkah penyerapan kembali dunia realitas objektif yang pada waktu itu dikesampingkan sementara waktu. Penarikan kembali ke dalam diri mereka melakukan identifikasi dalam wadah organisasi (Berger & Luckmann, 1990) Ideologi feminisme dipegang kuat-kuat oleh komunitas online ini. Komunitas online ini menjalankan perannya. *sebagai agent of change* Realitas sosial berusaha dimunculkan oleh komunitas online ini melalui konstruksi pesan-pesan feminize. Pembangunan pesan tersebut bersandarkan pada

pengetahuan, pengalaman, dan ruang lingkup media Instagram yang dijadikan tempat untuk bersosialisasi. Pesan-pesan yang dibangun pada akhirnya akan ditafsirkan sesuai dengan cara pandangnya. Pendek kata para pengikut komunitas online @indonesiabutuhfeminis terhadap pemaknaan terhadap feminis berubah menjadi lebih baik, namun tidak meninggalkan sifat maskulin kaum laki-laki. Melalui proses ini suatu individu menjadi produk dari masyarakat. Begitu juga terkait makna feminis para pengikut merupakan hasil dari lahirnya komunitas online @indonesiabutuhfeminis.

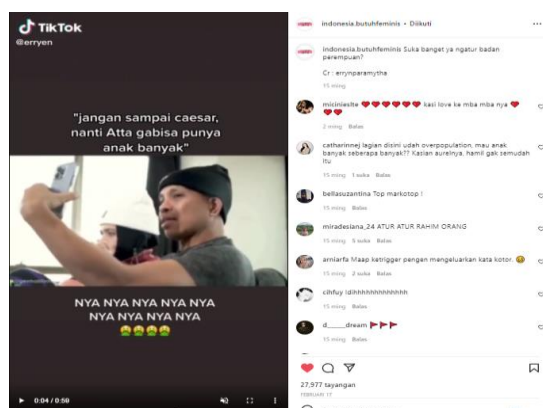
Tahapan untuk menjadi sebuah realitas subjektif yang akan dimaknai oleh para netizen. (Berger & Luckmann, 1990) menyatakan bahwa untuk menjaga konsistensi dan menyalurkan kenyataan subjektif perlu diadakannya transformasi kenyataan subjektif. Dalam tahapan sosialisasi ini Dalam tahapan sosialisasi tersebut komunitas online @indonesiabutuhfeminis dalam meng-konstruksi pesan-pesan feminisme bersumber dari akun lain yang memuat ideologi yang sama seperti @lawanpatriarki, @feministevent, @kerbaupink, dan aktivis feminis yang bukan sebagai komunitas. Dari langkah yang dilakukannya tersebut komunitas ini mulai mengikuti banyak pengetahuan kajian feminisme. Maka dari itu komunitas online @indonesiabutuhfeminis berada pada tahap mereka sudah mulai menyaring apa saja yang menjadi tujuan dari lahirnya gerakan perjuangan hak wanita dalam bayang-bayang keberadaan system patriarki. Perlakuan diskriminatif terhadap perempuan harus benar-benar harus dalam dirinya.

Hadirnya para aktivis feminisme di ruang *cyber* membuat para pengikut komunitas online @indonesiabutuhfeminis dianggap sebagai orang-orang yang akan memberikan dampak. Bertemu dengan orang-orang yang berdampak tersebut akan memberikan sosialisasi mengenai suatu makna realita tertentu. Dalam komunitas online @indonesiabutuhfeminis terdapat tiga orang yang membagikan suatu

pengetahuan yaitu RA, SK, dan AF. Alhasil suatu individu tidak terlahir dalam dunia objektif melainkan juga dalam dunia subjektif. Suatu individu yang berdampak pada hal ini yaitu aktivis feminis melakukan filter yang sesuai dengan tempat dan ideologi khas mereka jalankan (Manuaba, 2008).

Tahap ini yang menempatkan eksistensi suatu individu masuk ke dalam masyarakat. Guna mencapai proses internalisasi suatu individu terlebih dahulu mendapatkan sosialisasi. Ketika kegiatan sosialisasi dapat mengidentifikasi individu secara komprehensif dan konsisten ke dalam dunia objektif suatu masyarakat. Sosialisasi sendiri dibagi menjadi 2 (dua) antara lain (Bungin, 2008) yaitu sosialisasi primer dan sekunder. Dalam konteks ini sosialisasi primer ketika berada pada lingkup keluarga. Berikut ini bentuk sosialisasi dalam keluarga:

Gambar 7. Sosialisasi Primer Dalam Keluarga



Sumber: Postingan Akun @Indonesia.butuhfeminisme

Berangkat dari hasil konten diatas menunjukkan dengan jelas bahwa proses pemaknaan feminisme yang subjektif masih dipertahankan dan dinyatakan dengan sikap merespon melalui kolom komentar. Melalui akun @miradesiana_24 yang memberi komentar "aku kira kalo ada kaki-laki yang bilang kalau melahirkan jangan cesar itu karena factor uang yang gada... ternyata factor otak yang ngga ada". Dari pemberian komentar tersebut sehingga aktivis feminisme ini terjadi proses sosio-kultural dari dua realitas

objektif. Dalam diri pejuang feminisme dalam memperjuangkan hak wanita pasti mengalami penolakan di masyarakat. Maka dari itu komunitas tersebut juga harus terlibat pada dunia patriarki.

Hadirnya konten diatas pada ruang maya termasuk sebagai sebuah suguhan fakta sosial. Melalui penuturan (Ritzer, 2011) fakta sosial meninjau kehidupan masyarakat melalui kaca mata struktur dan pranata sosialnya. Pranata sosial sendiri terpisah dari diri suatu individu sehingga dalam dirinya yakin bahwa *power* yang dimiliki struktur dan pranata sosial lebih masif dari keinginannya. Secara struktur sosial di dalam masyarakat dimana kekuasaan dilekatkan pada laki-laki. Pemegang kekuasaan dari kepemilikan tubuh perempuan tersebut merujuk pada kaum laki-laki. Sedangkan untuk pranata sosial dimana menurut (Priyatna, 2004) menjelaskan bawa dalam berbagai ajaran budaya yang kita lalui kaum perempuan diajarkan kepemilikan tubuh perempuan condong kepada kaum laki-laki. Maka dari itu ayah dari Atta Halilintar mempunyai wewenang untuk mengatur karena dalam diri dia terlihat dengan jelas sebagai penganut system patriarki.

Lebih lanjut sosialisasi sekunder terbentuk pada realitas pemaknaan feminisme oleh komunitas online @indonesiabutuhfeminis. Dari proses pemaknaan tersebut diskursus mengenai patriarki mulai luntur. Sosialisasi sekunder tersebut komunitas online memperoleh pengetahuan terkait feminisme, maka hal yang didapatkan tersebut mereka sosialisasikan lagi kepada para *netizen* yang dikemas dalam bentuk pesan-pesan feminis di media Instagram. Melalui paradigma konstruktivis yang dimana realitas merupakan hasil pembangunan wacana yang dibuat oleh individu. Pendek kata komunitas online @indonesiabutuhfeminis menggunakan ideologi feminisme dalam bertindak. Tindakan pelestarian pengetahuan tersebut dinyatakan melalui media Instagram (Ngangi, 2011).

Masuknya proses sosialisasi sekunder terhadap pemaknaan feminisme komunitas online @indonesiabutuhfeminis berangkat dari mulai luntur implementasi budaya patriarki yang merugikan kaum perempuan. Berikut ini sebuah konten yang menandakan bahwa dalam diri kaum perempuan sudah meinternalisasi faham feminisme ketika menjalankan aktivitasnya:

Gambar 6 Konten Sosialisasi Sekunder



Sumber: Postingan Akun @indonesia.butuhfeminisme

Tahap peningkatan kemampuan intelektual sudah masuki ke dalam diri aktivis feminisme. Masuknya identitas feminisme dalam diri mempunyai kaitan dengan proses internalisasi. Internalisasi merupakan langkah penyerapan kembali dunia realitas objektif yang pada waktu itu dikesampingkan sementara waktu. Penarikan kembali ke dalam diri mereka melakukan identifikasi dalam wadah organisasi (Berger & Luckmann, 1990). Ideologi feminisme dipegang kuat-kuat oleh komunitas online dan para pengikut. Komunitas online ini menjalankan perannya. *sebagai agent of change* Realitas sosial berusaha dimunculkan oleh komunitas online ini melalui konstruksi pesan-pesan feminize. Hal tersebut

dinyatakan dari postingan pesan menunjukan proses peningkatan kemampuan.

Berangkat dari postingan diatas peningkatan kemampuan bisa di lihat bahwa mereka melakukan bentuk perlawanan. Bentuk perlawanan tersebut karena akibat ulah bejat dari penganut system patriarki yang dimana tubuh perempuan digunakan sebagai pemenuhan hasrat seks. Menurut (Bungin, 2008) yang dilakukan oleh perempuan tersebut mencirikan bahwa dia sudah masuk ke dalam sosialisasi sekunder dan menghilangkan kerangka berfikir ketika dia mendapatkan pengetahuan melalui sosialisasi primer. Sosialisasi sekunder tersebut termasuk dalam wacana dari tahap internalisasi. Sikap yang diambil oleh perempuan tersebut sudah masuk ke dalam realitas subjektif yang akan dimaknai oleh para *netizen*.

Melalui wacana yang dibangun oleh George Ritzer langkah yang diambil oleh perempuan tersebut sebagai suguhan dari paradigma perilaku sosial. Paradigma perilaku sosial merupakan bentuk ketidaksinambungan kerangka berfikir yang bersumber dari paradigma fakta sosial dan definisi sosial. Melalui kacamata paradigma ini sejatinya hadirnya sebuah budaya karena bersumber dari kebiasaan suatu individu atau kelompok yang dijalankan secara konsisten. Sedangkan kajian terkait pola-pola tingkah laku manusia bisa terbentuk tanpa disandarkan pada nilai-nilai dan gagasan yang dirasa sudah tidak mempunyai kecocokan dalam dirinya (Ritzer, 2011). Dalam diri perempuan tersebut sudah tidak merasa cocok lagi dengan implementasi dari system patriarki di dalam masyarakat. Apabila system patriarki dijalankan otoritas tubuh perempuan selalu dieksploitasi dengan bebas karena kekuasaan yang mereka miliki. Hal tersebut harus dilawan karena sudah merenggut kepemilikan tubuh perempuan. Para *netizen* yang masih terisolasi dari kerangka

berfikir system patriarki akan selamanya mereka tertindas. Maka dari itu perlu adanya peningkatan kemampuan intelektual.

Berangkat dari pernyataan diatas mempunyai kesinambungan dengan konsep (Sulistiyani, 2004) bahwasanya ditandai di tandai dengan komunitas online ini mempunyai target untuk diperdayakan guna membentuk inisiatif. Pesan feminisme yang diunggah bisa membuat para pengikut semangat untuk beremansipasi. Para pengikut dalam dirinya tumbuh rasa inisiatif bisa diwujudkan untuk melaporkan suatu kejadian yang merugikan kaum perempuan kepada pihak yang berwajib yang terdapat pada tampilan *highlight* dengan kategorisasi hubungi dan bisa memanfaatkan grup line untuk sharing terkait pengalaman yang merugikan kaum perempuan.

Pendek kata sosialisasi sekunder merupakan rangkaian proses yang dijalani setelahnya sosialisasi primer ke dalam pola-pola baru pada dunia masyarakat yang objektif (Asnaini & Yustati, 2017). Dalam konteks ini pengetahuan yang didapatkan pada komunitas online @indonesiabutuhfeminis akan diteruskan secara estafet pada generasi selanjutnya. Dalam diri para pengikut komunitas ini masih lekat dengan hal-hal positif dari sifat maskulin dalam budaya patriarki yang pada akhirnya berdampak pada pembagian peran yang sama terhadap kaum perempuan. Komunitas online ini bisa menyatukan ajaran feminisme dengan hal-hal yang unik seperti dibalik sifat berkuasa pada diri laki-laki akan mulai membagi kekuasaan tersebut pada perempuan. Maka dari itu makna feminisme sudah terkonstruksi menjadi bagian dari suatu realitas sosial.

Berdasarkan kesuksesan suatu individu membangun makna objektif komunitas menjadi realitas subjektif yang dimana selalu bersandar pada tahapan sosialisasi. Melalui penuturan tahapan sosialisasi dikatakan sukses karena kesinambungan antara dunia objektif masyarakat dengan dunia subjektif individu. Komunitas online @indonesiabutuhfeminis selaras terhadap makna feminisme pada masyarakat penganut system

patriarki. Proses sosialisasi bisa dikatakan gagal apabila kedua indikator tersebut tidak dapat saling menginternalisasi satu sama lain. Dengan demikian komunikasi komunitas online @indonesiabutuhfeminis dengan para pengikut merupakan proses dialektika inter-subjektif yang dibentuk melalui tiga tahapan yaitu masyarakat merupakan karya manusia, masyarakat merupakan suatu realitas, dan manusia merupakan hasil dari buatan produk sosial (Ngangi, 2011). Realitas sosial tentang makna feminisme pada komunitas online @indonesiabutuhfeminis merupakan realitas yang dibangun melalui tahapan dialektis

B. Strategi Mempertahankan Eksistensi Akun @indonesiabutuhfeminis

1. Penciptaan *Hashtag*

Hashtag atau yang disebut tagar adalah diksi yang diiringi dengan tanda pagar didepannya. Pendek kata *hashtag* membuat kemudahan suatu individu apabila ingin mencari sesuatu dengan *keyword* tertentu yang dimana fungsinya sama dengan program pencarian Google. Sedangkan *tag* adalah pemberian tanda pada suatu akun dalam publikasi mereka, pemberian *tag* bisa digunakan pada unggah baik itu foto dan video dalam *feed* ataupun *Insta story* dalam bentuk *mention* (Febdilan, et al., 2016). Dalam media Instagram penggunaan *hashtag* dimanfaatkan untuk memisahkan postingan seperti, berjualan, ataupun untuk berinteraksi. *Hashtag* dalam ranah Instagram sendiri memberi dampak kemudahan bagi suatu individu guna terhubung dengan individu lain ataupun suatu komunitas online lainnya yang memiliki tujuan dan konten dalam bidang yang. Dewasa ini *hashtag* yang terdapat pada media Instagram dapat diikuti, alhasil suatu individu ataupun entitas online dapat mendapatkan informasi terkait konten yang disukai yang dimana postingan tersebut hadir bukan dalam bentuk sebuah akun, akan tetapi berupa *keyword* dari *hashtag* tersebut.

Penggunaan *hashtag* mempunyai tujuan untuk mempertahankan eksistensi komunitas ini. Langkah tersebut mempunyai korelasi dengan

tahap internalisasi. Tahap Internalisasi merupakan langkah penyerapan kembali dunia realitas objektif yang pada waktu itu dikesampingkan sementara waktu. Penarikan kembali ke dalam diri mereka melakukan identifikasi dalam wadah organisasi (Berger & Luckmann, 1990) Ideologi feminisme dipegang kuat-kuat oleh komunitas online @indonesiabutuhfeminis. Komunitas online ini menjalankan perannya. *sebagai agent of change*. Dalam pemakaian *hashtag* ini mereka tidak ingin hilang karena tidak diterimanya oleh para penganut patriarki. Komunitas ini mengidentifikasi dalam dirinya dengan sudah benar-benar menyingkirkan system patriarki. Dari penyingkiran system patriarki tersebut mereka teguh pada pendiriannya untuk tetap hadir dalam memperjuangkan kesetaraan terhadap perempuan.

Gambar 7 Penggunaan Hashtag



Sumber: Postingan Akun @indonesiabutuhfeminisme

Pemakaian *hashtag* pada akun @indonesiabutuhfeminisme dengan menggunakan *diksi* yaitu #indonesiabutuhfeminis. Penggunaan *hashtag* dan pemilihan *diksi* yang singkat selain memudahkan bagi para *netizen* yang ingin mencari informasi terkait pesan-pesan feminisme. Tidak hanya itu saja penggunaan *hashtag* tersebut membuat efektivitas ketika para *netizen* berselancar mencari informasi serta dapat memudahkan *netizen* untuk selalu mengingat dan mudah untuk diingat *keyword* yang akan pakai apabila ingin mencari komunitas online @indonesiabutuhfeminisme. *Hashtag* yang digunakan oleh akun tersebut tidak konsisten untuk di selalu dipakai dalam setiap postingan

baik itu melalui *feed* ataupun Insta story. Ketidak konsisten itu tidak terlalu berdampak pada eksistensi di ruang maya. Akun @indonesiabutuhfeminisme mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan hastag. Hastag pada dasarnya mempermudah pengguna dan secara tidak langsung menjadi media promosi. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh sama (Usman & Akbar, 2009) hasil riset tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan hastag dalam suatu media social khususnya Instagram dapat menyumbang pengetahuan, informasi, serta *insight* baru bagi para *netizen* yang mengakses.

Sebuah brand yang dibentuk untuk menandakan keberadaan suatu komunitas mempunyai tujuan untuk memperbesar dan membuat eksistensinya tetap hadir tidak cukup hanya dengan pada tahap kesadaran label. Salah satu upaya yang dilakukan supaya tujuan dari komunitas tersebut tercapai yaitu dengan memakai *costumer engagement*. Melalui penuturan (Pansari & Kumar, 2017) *costumer engagement* merupakan suatu cara konsumen memberikan tanggapannya terhadap suatu keberadaan brand baik secara langsung ataupun sebaliknya. Pemberian penilaian oleh para konsumen dinyatakan dalam bentuk tanggapan setelah mereka menggunakan barang yang ditawarkan oleh suatu label. Dari pemakaian barang tersebut alhasil konsumen tersebut memberi penilaian secara langsung pada media sosialnya atau dengan memberikan referensi kepada orang lain untuk mengikuti apa yang sudah dia rasakan. Berikut ini tahapan untuk membentuk suatu *costumer engagement* yaitu

A. *Experience Touch Point*

Experience touch point merupakan salah satu titik temu antara para konsumen dengan suatu label baik secara digital, non digital, dan bisa keduanya digabung. Dalam ruang maya para konsumen ingin mengetahui label tersebut bersumber pada internet dengan melacak informasi merek yang diinginkan, sedangkan

dalam ranah luar jaringan konsumen bisa berpartisipasi secara langsung alhasil mereka dapat memperoleh pengalaman. Beberapa pengalaman tersebut bisa diambil kesimpulan oleh konsumen dengan memberikan sebuah penilaian terhadap brand tersebut (Dunbar, 2018)

Langkah yang diambil oleh komunitas online @indonesiabutuhfeminis memakai tagar #indonesiabutuhfeminis. Dari adanya penggunaan tagar tersebut para pengikut mempunyai kebebasan untuk memberikan ulasan yang berkaitan dengan unggahan konten pesan-pesan feminisme yang diiringi dengan penggunaan tagar. Keberadaan tagar tersebut merupakan salah satu jembatan untuk terciptanya dialektika dan membentuk hubungan antara pengelola kaum dengan para pengikut komunitas online ini. Maka dari itu hal tersebut merupakan salah satu bentuk pendekatan yang dikerjakan oleh pengelola akun terhadap para pengikut untuk selalu aktif terkait konten pesan-pesan feminisme yang mereka unggah memakai tagar #indonesiabutuhfeminis yang kemudian diikuti oleh para pengikut ketika mengunggah kegiatan di Instagram yang berisi konten memperjuangkan hak-hak wanita diiringi dengan pemakaian tagar tersebut.

B. *Life Goals*

Para konsumen yang terlibat dalam suatu label menghasilkan pengalaman yang mempunyai kaitan dengan nilai-nilai kehidupan konsumen. Nilai-nilai kehidupan tersebut bisa berupa pentingnya untuk bersosialisasi kepada individu lain di dalam masyarakat serta menghadirkan suatu identitas baru dalam dirinya. Penciptaan pengalaman tersebut berangkat dari adanya proses dialektika antara label dan individu tersebut berupa pemberian service dari label terhadap pelanggannya. Hasil dari adanya proses dialektika tersebut yaitu tanggapan. Terjadinya proses dialektika tersebut dapat terjadi langsung ketika merasakan produk. Di sisi lain dialektika tidak

langsung proses komunikasinya melalui perantara media sosial dinyatakan dengan memberi like, komentar, DM, repost, dan mention. Pendek kata life goals sendiri merupakan interaksi dengan kepercayaan yang ada dalam diri suatu individu dengan suatu label (Wicaksono & Wahyuni, 2021).

Hubungan dan terjadinya proses dialektika yang berlangsung antara kedua belah pihak yaitu pengelola akun dengan para pengikut akun yang berangkat dari adanya penggunaan tagar menghasilkan interaksi saling berbalas komentar, like, berdialog melalui *direct message* dan grup line, mention kepada akun lain pengguna Instagram, dan me-repost postingan konten pesan-pesan feminisme yang diunggah dan diiringi dengan tagar *#indonesiabutuhfeminis* oleh pengelola akun *@indonesiabutuhfeminis*. Pihak admin memanfaatkan beberapa fitur yang ada di Instagram untuk menjadi jembatan untuk dialektika. Pihak admin dari komunitas online ini harus memperhatikan dinamika yang dilalui oleh media Instagram dan tidak boleh ketinggalan terkait perkembangan trend yang sedang viral terkait ketimpangan ataupun perjuangan yang sedang dilakukan oleh para aktivis feminisme untuk memperjuangkan hak-hak wanita di ranah public. Hal tersebut harus dilakukan supaya komunitas online *@indonesiabutuhfeminis* tidak kehilangan keberadaannya dan hubungan timbal balik dengan para pengikutnya.

C. *Experiental Engagement*

Hasil dari pengalaman dengan label tertentu dipakai untuk menjadi penghubung antara label tersebut dan konsumen ke dalam hubungan yang lebih besar lagi. Pengalaman yang dimiliki tersebut bersifat subjektif karena individu tersebut dalam memaknai suatu label sudah bersandar pada kerangka berfikir dan bagaimana sikap mereka. Berangkat dari subjek tersebut para pengguna bisa mengeksplorasi atau menceritakan pengalaman yang diperolehnya

secara merdeka terkait label yang dia masuk. Apabila output dari pengalaman dari label tersebut mempunyai citra baik maka label akan merasakan dampaknya berupa nama dan reputasinya menjadi baik di kalangan masyarakat (Walden, 2017).

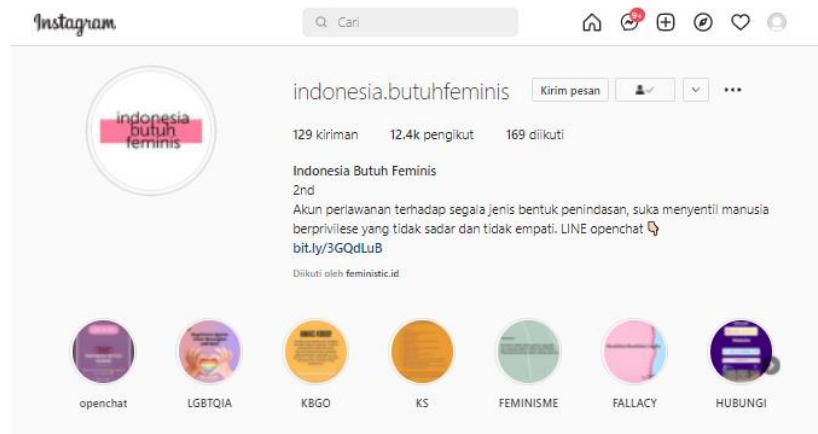
Pihak admin akun @Indonesiabutuhfeminis selalu mengupayakan untuk melakukan kampanye melalui ruang maya. Postingan konten yang diunggah selalu mengandung terkait apa yang diperjuangkan oleh kaum wanita. Beberapa postingan tersebut diiringi dengan penggunaan tagar #indonesiabutuhfeminis. Dari adanya postingan konten tersebut para pengikut berusaha untuk memaknai dan menciptakan makna yang bersifat subjektif dalam dirinya. Komunitas ini mempunyai makna subjektif terkait ketimpangan gender yang dialami oleh kaum wanita yaitu “*Akun perlawanan terhadap segala bentuk penindasan, suka menyentil manusia berprevilise yang tidak sadar dan tidak empati*”. Makna subjektif tersebut menanggapi terkait superior dari implementasi dari budaya patriarki di dalam masyarakat.

2. Penciptaan *Second Account* Instagram

Penciptaan kepemilikan akun ganda merupakan salah satu langkah untuk mempertahankan eksistensi seseorang atau entitas sosial di ruang maya. Penelitian yang dilakukan oleh HAI menghasilkan data 46% dari 300 remaja mempunyai akun kedua atau akun anonym, bahkan 60% remaja yang sudah mempunyai akun kedua memiliki akun-akun lainnya. Setengah dari mereka mempunyai beberapa pernyataan; *Pertama*, bahwa akun pembuatan akun kedua tersebut diatur hanya untuk ranah *privat* yang dimana identitas mereka tidak ditunjukkan. *Kedua*, adanya akun kedua tidak semua orang bisa mengikuti akun tersebut seperti akun pertamanya karena dilandasi dengan rasa gengsi. *Ketiga*, akun kedua ini untuk menghindari adanya *stalking* yang dilakukan oleh seseorang terhadap akun tersebut tanpa menunjukkan

identitasnya. Akun kedua ini dikhususkan untuk orang-orang yang mereka kenali saja. (Bahar, 2018). Berikut ini tampilan dari akun kedua @indonesiabutuhfeminis:

Gambar 9. Tampilan Pada Akun @indonesia.butuhfeminisme



Sumber: Postingan Akun @indonesiabutuhfeminisme

Akun kedua ini hadir pada 29 Oktober 2021. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti dibuatnya akun ini untuk mempersiapkan apabila akun pertama mengalami masalah yang berkaitan dengan kebijakan pada aplikasi Instagram. Tidak hanya itu saja pembentukan akun kedua ini untuk mempertahankan eksistensi komunitas online pejuang feminisme di media Instagram supaya pergerakannya tidak mati hanya karena ganjalan akun pertama yang mengalami gangguan. Pada awal dibentuknya akun ini bergerak tidak semasif pada akun pertama. Untuk memperlihatkan bawah akun kedua ini tidak akun mati sesekali admin ini melakukan publikasi beberapa konten. Akun kedua ini pada akhirnya menjadi aktif setelah akun pertama hilang dan tidak pernah muncul lagi pada 15 Januari 2022. Setelah hilangnya akun pertama akun kedua ini mengalami kenaikan pengikut yang sangat pesat sebanyak 12,4k, 129 kiriman, dan 145345 like dalam kurun waktu 6 bulan. Hal diatas menunjukkan keberadaan akun kedua ini efektif untuk mempertahankan eksistensi dai suatu komunitas online.

Berdasarkan *observasi* yang dilakukan oleh peneliti keberadaan akun @indonesia.butuhfeminis tidak bersifat *Anominitas Online*

seperti akun kedua lainnya. Akun ini justru tetap sama dengan akun induknya yang telah di *banned* oleh pihak Instagram. *Pertama*, pembuatan akun kedua ini tidak diatur untuk ranah *privat*. Akun kedua ini bisa diakses oleh siapa dan profil akun ini tidak di kunci sehingga dengan gampang bisa melihat isi postingan yang diunggah baik pada *feed* maupun Insta *story*. *Kedua*, akun kedua ini seperti layaknya akun induknya yang dimana gampang diakses dan tidak ada hal-hal yang disembunyikan dari para pengikut kedua akun tersebut karena pada dasarnya akun ini ditujukan untuk pemberdayaan perempuan di ruang maya. *Ketiga*, identitas yang melekat pada akun kedua ini sama dengan akun induknya yaitu menganut ideologi feminisme dalam mengkonstruksi pesan sehingga apabila terdapat orang mengunjungi akun kedua ini tidak kaget karena semuanya sama dengan akun pertama.

BAB V

PENYAJIAN PESAN-PESAN FEMINISME PADA AKUN @INDONESIAIBUTUHFEMINIS

A. Pesan-Pesan Feminisme: Ekspresif Kekerasan Fisik

Kekerasan fisik, merupakan kekerasan yang bersentuhan dengan anggota tubuh. Pendek kata focus utama yang terjadi dalam kekerasan tersebut yaitu mendapatkan otoritas dari tubuh korban. Dengan disajikannya fenomena tersebut kaum perempuan masih menjadi sasaran terjadinya fenomena kekerasan. Dalam komunitas online @indonesiabutuhfeminis terdapat konten pesan-pesan feminisme yang memuat terkait kekerasan fisik yang dialami oleh kaum perempuan sebagai berikut;

1. Kekerasan Berbasis Gender Online

Dewasa ini hadir bentuk kekerasan yang melibatkan keberadaan internet dalam pemanfaatannya. Bentuk kekerasan tersebut yaitu Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO). KBGO sendiri merupakan bentuk kejahatan baru yang berlangsung dengan pemanfaatan media massa. Interaksi yang terjadi di ruang maya berdampak pada membuka peluang pelaku bertindak melakukan kejahatan (Prameswari, Hehanussa, & Salamor, 2021). Mayoritas yang menjadi korban dalam bentuk kekerasan ini yaitu kaum perempuan karena dominasi kekuasaan laki-laki. Penyaluran kekuasaan yang tidak setara tersebut berimplikasi pada tindak kekerasan yang menyoroti pada kedudukan perempuan yang subordinat di dalam masyarakat. KBGO sendiri kasusnya meningkat ketika pandemic COVID-19 melanda dunia. Berangkat dari Catatan Tahunan (Catahu) Komnas Perempuan mendapatkan data bahwa terdapat peningkatan jumlah kasus KBGO selama tahun 2020. Data tersebut menunjukkan peningkatan angka sebesar 510 kasus dari tahun sebelumnya yang terjadi sebanyak 126 kasus (Perempuan, 2020). Komunitas online @Indonesiabutuhfeminis

mengunggah konten KBGO yang dikemas dalam bentuk poster, sebagai berikut:

Gambar 8 Konten Kekerasan Berbasis Gender Online



Sumber: Postingan Akun @indonesia,butuhfeminis 2022

Menurut (Berger & Luckmann, 1990) tahap objektivasi produk sosial terjadi dalam dunia inter-subjektif masyarakat yang dilembagakan. Pada tahap ini hasil produk sosial terletak pada proses institusionalisasi, sedangkan individu memanifestasikan dirinya ke dalam produk sosial yang berasal dari proses eksternalisasi. Proses eksternalisasi yang dilalui oleh akun ini bersumber dari relasi kekuasaan antara kekuasaan dengan seksualitas. Komunitas online ini melakukan objektivasi terhadap kepemilikan tubuh perempuan sudah terjadi pada dalam jaringan. Berangkat dari pesan diatas pihak laki-laki melakukan tindakan koersif kepada pacarnya untuk mengirimkan foto bagian intim dari tubuhnya. Tindakan yang dilakukan oleh laki-laki tersebut bagi komunitas online ini merupakan sebuah bentuk pelanggaran terhadap otoritas tubuh perempuan dikuasi oleh penganut patriarki. Dengan karakter wanita yang lemah dan tidak berdaya alhasil perempuan tersebut tunduk dengan kekuasaan yang dimiliki kaum laki-laki. Kaum perempuan akan menerima konsekuensi buruk apabila previlese yang melekat pada kaum laki-laki tidak berjalan. Hal itu terjadi karena wacana yang dibangun melabel tubuh kaum perempuan sebagai objek seksualitas dan dianggap sebagai ornament. Kerangka berfikir yang

sudah menjamur di dalam masyarakat menempatkan kaum perempuan sebagai liyan. Maka dari itu fenomena diatas tubuh perempuan sekarang tidak aman baik dalam dunia nyata maupun maya.

Tahap internalisasi menurut (Berger & Luckmann, 1990) yaitu pemahaman atau mendefinisikan langsung terkait suatu fenomena objektif yang sedang terjadi sebagai hasil penciptaan makna. Pendek kata telah terjadi proses dialektika makna yang manifestasi dari proses subjektif orang lain yang pada akhirnya menghasilkan makna subjektif bagi individu tersebut. Komunitas ini mengaktualisasikan dirinya dengan melakukan bentuk kesadaran yaitu menungghah pesan bahwa tindakan koersif yang dilakukan laki-laki tersebut harus dilawan. Dalam pesan tersebut memuat isi pihak admin menyarankan untuk menghindari mengirim foto yang jelas terlihat muka kamu atau terlihat tanda (tattoo, tanda lahir) yang sangat mudah dikenali. Pihak admin juga mengingatkan bahwa jejak digital bersifat abadi alhasil semua wanita berhati-hati dan bersikap tegas apabila mendapatkan perlakuan yang sama dari kaum laki-laki. Dengan masih bersikap kaum perempuan yang tunduk atas kekuasaan laki-laki yang diselewengkan berarti perempuan tersebut semakin melanggengkan budaya patriarki di dalam masyarakat.

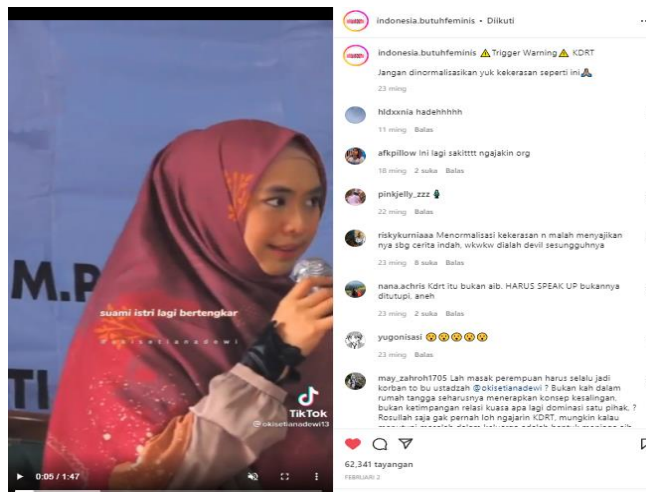
Dari adanya proses internalisasi diatas kemudian muncul wacana dialektika baru yaitu perempuan yang notabene menjadi korban malah justru mendapatkan *victim blaming*. Menurut Richmond-Abbot bahwa prespektif budaya kita terkait terjadinya kasus kekerasan seksual dilanggengkan dengan menyalahkan tindakan korban karena memancing dan fenomena tersebut di anggap tidak serius karena relasi kuasa gender yang condong kepada kaum laki-laki. Dari adanya *victim blaming* tersebut menandakan bahwa telah terjadi pembenaran atas ketidakadilan dengan menyandarkan titik kesalahan pada korban (Putri, 2012). Maka dari itu dengan alih-alih korban mendapatkan perlindungan justru korban tersebut dituduh menjadi pelaku terjadinya tindakan kekerasan seksual.

Adanya konsep victim blaming tersebut pernah dialami oleh public figure dengan inisial GA. Melalui penelitian yang dilakukan oleh terkait GA yang mengalami victim blaming. Hasil penelitian menunjukkan dalam mengungkap skandal tersebut bersandar pada dasar hukum UU No. 44 tahun 2008 tentang pornografi dan UU ITE. Dasar hukum yang digunakan tersebut melalui prespektif beberapa sumber dipakai untuk jembatan meng-kriminalisasi perempuan yang melaporkan kekerasan yang telah menimpanya. Dari pelaporan tersebut justru menghambat proses advokasi korban guna mendapatkan sebuah keadilan (Dewi , 2021). GA yang menjadi actor dalam terjadinya video skandal tersebut dengan alih-alih mendapatkan keadilan justru malah disudutkan oleh masyarakat. Masyarakat melakukan komentar yang memuat konotasi negative terhadap moral perempuan. Padahal di sisi lain GA merupakan salah satu korban dari tindakan KBGO yaitu penyebaran video syur miliknya tanpa adanya perizinan terlebih dahulu. Alhasil hal diatas menunjukan bahwa masih terjadi ketidakadilan dan diskriminasi kaum perempuan di Indonesia

2. Kekerasan Dalam Rumah Tangga

KDRT dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan kekuasaan yang salah dalam pemanfaatannya tanpa adanya batasan yang dimiliki oleh pelaku, yaitu dalam ruang lingkup keluarga. Para pelaku dapat menjadi momok menakutkan keselamatan dan hak-hak yang dimiliki oleh suatu individu dalam bersosialisasi dalam keluarga. Penyalahgunaan kekuasaan tersebut diasumsikan karena keadaan dalam lingkup keluarga yang telah mengalami subordinasi ke atas yaitu pada kaum laki-laki yang kuat akan budaya patriarki dalam dirinya. Dominasi dari budaya patriarki yang berkelanjutan akan berdampak pada bergantungnya pihak yang didominasi. Berikut ini akun @indonesiabutuhfeminis mengunggah konten yang mengandung unsur KDRT:

Gambar 14. Konten KDRT Oki Setiana Dewi



Sumber: Postingan Akun @indonesia.butuhfeminis 2022

Berangkat dari konten di atas menunjukkan bahwa kaum perempuan sendiri mengalami tindakan kekerasan dalam rumah tangga karena dominasi dari kaum laki-laki. Akun @indonesiabutuhfeminis mengunggah postingan yang bersumber dari dakwah yang dilakukan oleh Oki Setiana Dewi. Dalam dakwahnya tersebut Oki justru tindakan KDRT merupakan hal yang lumrah terjadi karena kaum perempuan tidak boleh melawan kepada sang suami. Kaum perempuan didogma untuk tetap bersikap sabar apabila mendapatkan perlakuan kekerasan. Dakwah yang dilakukan oleh Oki tersebut lantas membuat para aktivis feminisme geram termasuk komunitas online ini. Dakwah tersebut lalu diunggah melalui feed Instagram sebagai konten, menyampaikan ilmu, dan sebagai tanda luapan kekecewaan atas dakwah yang dilakukan oleh Oki Setiana Dewi.

Kekerasan dalam rumah tangga terjadi, karena masih adanya pemahaman yang keliru mengenai bias gender, di mana seorang perempuan harus tunduk kepada laki-laki, hal itu mengakibatkan terjadinya kekerasan dalam rumah tangga. Bias gender juga menekan kaum perempuan untuk menjadi submisif dan menerima semua bentuk perilaku tidak adil yang lebih mengedepankan hak sosial atau orang lain daripada hak pribadi. Pada umumnya bias gender juga menempatkan perempuan pada posisi lemah, sehingga membuat laki-laki lebih dominan dalam sistem keluarga dan

masyarakat, hal ini sangat merugikan perempuan sehingga perempuan lebih sering mengalami kekerasan (Williams, 2002)

Maka dari itu kekerasan dalam rumah tangga dapat diketahui bahwa pada kekerasan dalam rumah tangga merupakan wujud ketimpangan historis hubungan-hubungan kekuasaan antara kaum laki-laki dan perempuan, yang mengakibatkan dominasi dan diskriminasi terhadap perempuan oleh laki-laki dan hambatan bagi kemajuan mereka. Dikarenakan adanya bias gender. Hal tersebut juga berlaku dalam masyarakat kita. Ada pandangan bahwa suami memiliki kedudukan yang lebih tinggi dari istri dimana suami mempunyai kekuasaan penuh dalam menjalankan kehidupan rumah tangga (Chrysos, Taft, King, & King, 2005)

3. Kekerasan di Ruang Publik (Universitas)

Penanganan kasus kekerasan seksual di kampus cukup kompleks, tidak hanya terkait dengan aturan mekanisme pencegahan dan penanggulangan kekerasan seksual, tetapi juga dengan sistem birokrasi dan kualitas sumber daya manusia. Birokrasi yang kondusif akan mendukung terciptanya lingkungan kampus yang ramah gender, namun sebaliknya birokrasi yang rigid dan berbelit-belit akan menyebabkan terjadinya pengabaian korban kekerasan seksual atas nama baik kampus. Sumber daya manusia terkait dengan pemahaman dan kesadaran civitas akademika terutama para stakeholder perguruan tinggi tentang kekerasan seksual, sehingga dapat mencegah terjadinya kasus kekerasan seksual dan menangani korban dengan tepat melalui implementasi aturan yang adil, tidak diskriminatif, dan menghargai korban. Seperti konten yang diunggah oleh akun @indonesiabutuhfeminis, sebagai berikut:

Gambar 14. Konten Kekerasan di Universitas



Sumber: Postingan Akun @indonesia,butuhfeminis 2022

Menurut (Berger & Luckmann, 1990) adanya kekuasaan terhadap relasi seksualitas merupakan realitas sosial objektif, karena kompleksitas dari penjabaran realitas yang diyakini sebagai fenomena sosial, seperti tindakan dan perilaku yang sedang berlangsung dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh suatu individu sebagai fakta sosial. Tahap eksternalisasi membuat suatu individu untuk melakukan adaptasi dan mengenal dengan kondisi kultural yang sudah terbentuk terlebih dahulu. Pada proses pengenalan dengan realitas sosial disajikan bahwa seksualitas dipandang sebagai suatu produk yang positif bagi pemegang kekuasaan. Dengan dipandanginya positif produk seksualitas mengakibatkan kekuasaan sewenang-wenang dengan produk tersebut. Beliau berusaha merubah pandangan terkait seksualitas menjadi lebih serius dari focus utama pada perbuatan alhasil dialihkan ke pola pikir dan tujuannya. Tujuan dari hal tersebut yaitu untuk menjabarkan pemegang kekuasaan-pengetahuan-kenikmatan yang pada akhirnya melestarikan wacana seksualitas dalam lingkup masyarakat. Pemegang kekuasaan dari seksualitas tersebut merujuk pada kaum laki-laki sebagai yang mendominasi kaum perempuan (Foucault, 1990)

Menurut (Priyatna, 2004) menjelaskan bahwasanya dalam berbagai ajaran budaya yang kita lalui kaum perempuan diajarkan kepemilikan wacana seksualitas condong kepada kaum laki-laki. Dengan adanya kepemilikan kekuasaan tersebut kaum perempuan dimanfaatkan untuk pemuas hasrat kaum laki-laki. Ketika kaum laki-laki sudah tersalurkan hasratnya kaum perempuan kan mendapatkan feedback yaitu perlindungan dan rasa kasih sayang. Pemberian *feedback* tersebut mengandung makna sebagai ucapan terima kasih atas pemberian layanan seks. Konstruksi kekuasaan seksualitas antara kaum laki-laki dan perempuan tidaklah sama. Ketidaksamaan tersebut ditandai dengan kepuasan kaum perempuan dibangun bersandar pada seberapa sering kaum laki-laki mendapatkan kepuasan darinya. Sedangkan kepuasan yang didapat oleh kaum perempuan tidak asli seperti apa yang didapatkan kaum laki-laki. Maka dari itu kepuasan seksualitas bersandar pada laki-laki sehingga kaum perempuan ditempatkan nomer dua untuk mengakui bahwa dirinya juga merasa puas

Melalui penelitian yang dilakukan oleh (Dwiyanti, 2014) terkait terjadinya kekerasan terhadap perempuan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat tiga factor penyebab terjadinya kekerasan. Pertama, kondisi lingkungan tempat kerja yang didominasi oleh kaum laki-laki yang mempunyai kekuasaan lebih seperti jabatan. Dengan dominasi personel laki-laki tersebut kaum perempuan terisolasi dan rentan menjadi sasaran tindak kekerasan. Kedua, karakteristik perempuan yang menjadi korban. Perempuan yang sudah menikah cenderung mempunyai peluang untuk menjadi korban karena perempuan tersebut lebih ramah dan mudah untuk diberikan stimulus perhatian seksual. Ketiga, karakteristik pelaku. Pelaku kekerasan tersebut berasal dari laki-laki yang sudah menikah karena sudah menjadi budaya di kantor. Terjadinya kekerasan tersebut pihak korban karena aspirasi mereka melapor kepada dengan dalih tidak mendapatkan respon. Maka dari itu kerangka berfikir tradisonal diatas terkait

perempuan lemah dan pemegang kekuasaan atas tubuh dari kaum laki-laki membuat masih langgeng tindak kekerasan.

B. Kekerasan Bersifat Non Fisik

Kekerasan non fisik, merupakan salah satu jenis kekerasan yang bersifat laten. Pendek kata bentuk kekerasan tersebut tidak bisa langsung diketahui tindakannya apabila korban tidak sadar akan sekitarnya. Pada dasarnya kekerasan non fisik ini terjadi tanpa adanya kontak fisik secara langsung. Bersumber dari penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Setyanto, 2019) terkait kekerasan non fisik terhadap perempuan. Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa fenomena *cat calling* tergolong kekerasan non fisik. Hasil penelitian menunjukkan pelaku melancarkan aksinya melalui ekspresi verbal seperti siulan, suar dan kedipan mata. Hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan superior dirinya dan membuat korban merasa tidak nyaman atas tindakannya. Dengan adanya ketimpangan relasi antara laki-laki dan perempuan berdampak pada perempuan dijadikan sebagai objek. Maka dari itu tindakan tersebut menjadi rentan dalam sudut pandang perempuan alhasil menjadi korban dari kekerasan verbal tersebut. Berikut ini terdapat bentuk kekerasan non fisik yang dialami oleh kaum perempuan:

1. Stereotipe Negatif Pada Perempuan

1. Citra Perempuan Dalam Iklan

Berangkat dari penuturan terkait tubuh perempuan yaitu “*Cantik itu putih, langsing, dan mulus*”. Tubuh perempuan dijadikan alat oleh media massa sebagai objek komoditas. Komoditas tersebut berangkat dari usia, bentuk citra diri, serta penampilan tubuh. Ketiga hal tersebut dewasa ini dijadikan sandaran oleh kaum perempuan terkait otoritas tubuhnya (Rahmawati, 2018). Tomagola dalam riset kolaborasi penampilan merupakan salah satu dari citra perempuan dalam ranah iklan. Beliau memaparkan teks yang terdapat dalam sebuah iklan didominasi pada symbol yang membangun tubuh perempuan dalam

tempat yang sudah disubordinasi. Kaum perempuan ditempatkan sebagai objek oleh kaum laki-laki guna menjadi pemenuhan gairah seksual. Simbol-simbol tersebut diciptakan dari adanya mitos-mitos terkait konsep cantik yang disuguhkan dan berkuat dalam kaum perempuan pasrah pada dirinya terhadap kekuasaan yang dimiliki oleh kaum laki-laki (Tomagola, 1998). Dari pernyataan tersebut dalam bahwa bagaimana dunia iklan selalu bersinggungan dengan fenomena bias gender. Dapat dilihat beberapa iklan yang mengudara baik itu dalam media massa selalu membangun tubuh perempuan secara diskriminatif yang dikemas representasi, citra, teks, dan visualnya.

Bryan S. Tunner dalam wacana terkait kajian sosiologi terkait tubuh berangkat dari dorongan beberapa factor (Turner, 1992). Pertama, terdapat dampak sosial dan politik dari adanya pergerakan aktivis feminisme pada ranah akademik ataupun masyarakat. Pembahasan dunia gender, seksualitas, dan pemanfaatan sewenang-wenang terhadap tubuh perempuan dalam media menjadi sorotan. Kedua, masif perbincangan terkait permasalahan pemanfaatan teknologi medis untuk bayi tabung, perkembangan virtual reality, serta penggunaan *cyberorg*. Ketiga, hadirnya perkembangan tentang pemikiran keindahan tubuh dalam realitas kebudayaan consumer. Dari ketiga factor tersebut tubuh menjadi sorotan serius terutama permasalahan apakah memuat makna keindahan bagi tubuh tersebut. Adanya budaya konsumen membuat kerangka berfikir kapitalisme telah berdampak pada kedudukan tubuh dijadikan sebagai komoditi dan objek bagi pegiat ranah industry. Hal tersebut digunakan oleh brand fashion ternama yaitu Victoria Secret yang mempromosikan barangnya dengan perempuan sebagai objeknya. Dari pemanfaatan tubuh perempuan sebagai model dalam dunia fashion justru mendapatkan tanggapan negative terkait otoritas tubuhnya. Fenomena tersebut diunggah oleh akun @indonesiabutuhfeminisme:

Gambar 9 Konten Citra Perempuan Dalam Iklan



Sumber: Postingan Akun @indonesia.butuhfeminis 2022

Hadirnya model perempuan pada ruang maya termasuk sebagai sebuah suguhan fakta sosial. Melalui penuturan (Ritzer, 2011) fakta sosial meninjau kehidupan masyarakat melalui kaca mata struktur dan pranata sosialnya. Pranata sosial sendiri terpisah dari diri suatu individu sehingga dalam dirinya yakin bahwa *power* yang dimiliki struktur dan pranata sosial lebih masif dari keinginannya. Secara struktur sosial didalam masyarakat dimana kekuasaan dilekatkan pada laki-laki. Pemegang kekuasaan dari seksualitas tersebut merujuk pada kaum laki-laki sebagai yang mendominasi kaum perempuan (Foucault, 1990). Sedangkan untuk pranata sosial dimana menurut (Priyatna, 2004) menjelaskan bahwasanya dalam berbagai ajaran budaya yang kita lalui kaum perempuan diajarkan kepemilikan wacana seksualitas condong kepada kaum laki-laki. Dengan adanya kepemilikan kekuasaan tersebut kaum perempuan dimanfaatkan untuk pemuas hasrat kaum laki-laki. Ketika kaum laki-laki sudah tersalurkan hasratnya kaum perempuan kan mendapatkan *feedback* yaitu perlindungan dan rasa kasih sayang..

Kaum perempuan dihasut guna menjadikan standarisasi penilaian terkait tubuh harus bersandar pada prespektif yang berasal dari luar dirinya. Pada masa lampau wacana terkait tubuh perempuan sudah dibangun sebagai makhluk yang cantik dan melambangkan keindahan (Prabasmoro, 2003). Kaum laki-laki mempunyai sumbangsih dalam membangun kembali tentang wacana kecantikan perempuan. Diskursus kecantikan dan feminim selalu mempunyai kaitan dengan superior budaya patriarki yang ditandai dengan kaum laki-laki diberikan kekuasaan guna melakukan pengakuan atas feminitas perempuan dan disisi lain perempuan terbiasa untuk mencari pengakuan atas feminitasnya dari laki-laki. Maka dari itu ketika perempuan menunjukkan tubuhnya sesungguhnya supaya mendapat perhatian dari kaum laki-laki.

Hasil konstruksi terkait konsep tubuh yang ideal bersumber dari beberapa factor seperti sosial, ekonomi, ekologi, dan budaya yang ada didalam masyarakat. Setiap individu mempunyai standarisasi terkait bentuk tubuh yang ideal. Konsep tubuh yang ideal mempunyai kaitan dengan mitos kecantikan yang mandarah daging di dalam masyarakat. Setiap individu yang menilai dirinya ataupun orang lain kurus bisa jadi penilaian tersebut berbeda tergantung kacamata orang yang melihat. Beberapa orang ketika dalam keadaan sadar ataupun tidak mempunyai hasrat guna merombak kondisi tubuhnya agar sesuai standar ideal yang dikonstruksi oleh masyarakat. Maka dari itu tubuh menjadi penanda utama diri sekaligus ketika ia bersosialisasi di ruang lingkup masyarakat (Hidayat, 2004).

Dewasa ini tubuh indah yang dimiliki oleh kaum perempuan mulai masuk pada ranah media sosial. Media Instagram merupakan salah satu *platform* yang didalamnya ada publikasi foto. Victoria Secret merupakan perusahaan yang menjual pakaian dalam wanita berasal dari Amerika Serikat. *Lingerie* merupakan barang yang dibuat guna menambang kecantikan perempuan. Dalam memperkenalkan artikel

barang terbaru pihak perusahaan menggunakan model perempuan. Model-model yang digunakan mempunyai standarisasi seperti tubuh ideal, kulit putih, mud abelia, dan cantik. Berangkat dari unggahan diatas Victoria's Secret menggunakan model yang tidak termasuk standarisasi. Dari hal yang tidak biasa yang mereka lakukan itu alhasil mendapatkan respon yang tidak sedap dari *netizen*.

Langkah yang dilakukan oleh brand Victoria's Secret terkait bentuk tubuh perempuan telah dikomodifikasi yang menghasilkan objektivasi. Momen obyektivasi juga merupakan langkah filter antara realitas dalam diri dan realitas sosial yang berada diluar diri. Realitas tersebut pada akhirnya akan menjadi suatu realitas yang objektif Suatu individu memiliki sistem sendiri begitu juga dunia sosio-kulturalnya. Momen tersebut merupakan *output* dari proses eksternalisasi yang pada akhirnya melaksanakan sebagai suatu kenyataan objektif (Berger & Luckmann, 1990). Komunitas online melakukan objektivasi ketika perempuan hadir dalam iklan yang dimana tubuh perempuan ditempatkan sebagai objek untuk diobjektivasi terhadap kepemilikan tubuhnya. Dalam benak komunitas ini penyajian tubuh perempuan hanya digunakan untuk kepentingan kapitalis. Pengutamaan kepentingan kapitalis tersebut tanpa disadari hak-hak perempuan direnggut yang dinyatakan dengan adanya perlakuan *body shaming*. Alhasil komunitas online @indonesiabuthfeminis melalukan objektivasi terhadap produk sosial yang berasal dari dirinya sendiri maupun dari orang lain.

Melalui artikel penelitian yang ditulis oleh (Astuti, 2016) menunjukan hasil wacana yang bangun melalui iklan berakibat pada suburnya stereotype terhadap perempuan. Identitas yang lekat pada iri perempuan kemudian dikemas secara kreatif oleh creator iklan guna menghadirkan kedekatan hubungan antara produk dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Ketika melakukan promosi suatu produk selalu memakai ikon perempuan sebagai alat penjualan yang cukup

signifikan. Dengan pemakaian ikon perempuan menandakan bahwa sebagai realitas terhadap kepemilikan tubuh yang mampu dijadikan sebagai komoditas oleh para kaum *borjuis*. Dalam dunia *fashion* sudut pandang konsumen mempunyai sumbangsih yang signifikan dalam menentukan standarisasi tubuh ideal perempuan dalam penampilan ketika memperkenalkan artikel terbaru. Penampilan yang disuguhkan oleh para model seksi lebih menonjolkan bentuk fisik dalam baluran pakaian yang minim dengan diiringi pose yang membangkitkan gairah. Wacana penampilan fisik para model seksi tersebut dibangun melalui penjabaran tubuh yang cantik dan seksi dari para konsumen. Konsumen industri *fashion* yang Sebagian besar berangkat dari kepuasan laki-laki terhadap keindahan tubuh dijadikan komoditas yang memang sengaja dijual untuk menarik perhatian mereka.

Penggunaan model perempuan oleh brand Victoria's Secret menciptakan resiko hadirnya berbagai sudut pandang. Penampilan perempuan dalam iklan tersebut bisa dimaknai sebagai citra cantik dan muda supaya mempunyai nilai jual tinggi didalam masyarakat. Pada dasarnya wacana tubuh yang ideal perempuan melalui objektivasi merepresentasikan bentuk yang ideal, putih, cantik, dan muda. Dari pembentukan wacana melalui objektivasi membuat afirmasi kabur bahwa kriteria tersebut harus dipenuhi para model yang hadir dalam dunia iklan. Pendek kata tubuh perempuan yang hadir tidak bisa dipisahkan dari adanya pelabelan. Dari setiap pencitraan yang dilayangkan kepada dia merupakan resiko yang positif atau sebaliknya. Model yang hadir dalam iklan pakaian dalam Victoria's Secret justru berbanding terbalik dari kriteria yang dibangun mengenai standarisasi tubuh.

Seorang influencer yang bernama Michelle Halim melakukan *body shaming* terhadap perempuan yang hadir dalam iklan tersebut. Beliau merespon model iklan tersebut dengan mengunggahnya melalui Insta

Story akunya bernama @michellehalim yang memuat isi keheranan kenapa brand Victoria's Secret memakai model dengan fisik seperti itu. Dalam diri influencer tersebut sudah terinternalisasi dengan konsep standarisasi tubuh perempuan seperti cantik, putih, langsing, dan muda. Sedangkan model yang hadir dalam promosi artikel baru tersebut berbanding terbalik dengan standarisasi tubuh yang ideal. Model tersebut mempunyai tubuh berkulit sawo matang, rambut keriting, badan gempal, dan pendek. Model yang hadir dalam iklan tersebut mendapatkan konsekuensi yang baik dan buruk. Mendapatkan keuntungan komersial dari tayangan iklan merupakan konsekuensi positif yang didapatkan model. Sedangkan konsekuensi tersebut berupa mendapatkan *hate speech* dari para konsumen brand Victoria's Secret yang sudah mendunia. Maka dari itu kepemilikan tubuh model yang hadir dikuasai oleh kepentingan kaum *borjuis*.

Melalui wacana yang dibangun oleh George Ritzer langkah yang diambil oleh komunitas ini sebagai suguhan dari paradigma perilaku sosial. Paradigma perilaku sosial merupakan bentuk ketidaksesuaian kerangka berfikir yang bersumber dari paradigma fakta sosial dan definisi sosial. Melalui kaca mata paradigma ini sejatinya hadirnya sebuah budaya karena bersumber dari kebiasaan suatu individu atau kelompok yang dijalankan secara konsisten. Sedangkan kajian terkait pola-pola tingkah laku manusia bisa terbentuk tanpa disandarkan pada nilai-nilai dan gagasan yang dirasa sudah tidak mempunyai kecocokan dalam dirinya (Ritzer, 2011). Ketidakcocokan tersebut bisa dilihat bahwasanya bersumber dari model perempuan yang ada dalam iklan tersebut justru menjadi bahan standarisasi keidealan sebuah tubuh. Para *netizen* masih belum lepas dari kerangka berfikir yang masih tradisional. Dari hal tersebutlah komunitas online ini membangun konten terkait terjadinya KBGO. Apabila terjadinya KBGO dinormalisasi dan tidak

disuarakan oleh pejuang feminisme lantas penganut patriarki akan selalu merdeka.

Komunitas online @indonesiabuthfeminis masih mempertahankan konsistensi dari faham feminisme yang dianut. Hal tersebut dinyatakan berangkat dari pemberian *hate speech* terhadap model Victoria's Secret akun @indonesiabuthfeminis melakukan respon. Respon tersebut berupa pembuatan konten yang memuat isi mengkritik sikap yang dilakukan oleh Michelle Halin. Komunitas online tidak terima apabila model yang hadir dalam iklan dikomentari terkait otoritas tubuhnya. Terjadinya fenomena diatas harus dilawan dan tidak boleh tinggal diam. Sikap yang diambil oleh influencer terkait memberikan komentar miring semakin mempertegas dan melanggengkan perempuan selalu mengalami diskriminasi. Standarisasi tubuh ideal dewasa ini tidak selalu berkuat pada objektivasi yang telah dilakukan oleh pemegang kekuasaan. Maka dari itu kerangka berfikir diatas harus dirubah terkait standarisasi tubuh yang ideal.

2. Pernikahan Pada Perempuan

Perkawinan adalah sebuah pranata sosial yang mempunyai hubungan erat dengan kehidupan rumah tangga. Melalui tali ikatan perkawinan yang sah secara agama atau adat yang dijalankan dalam suatu lingkup masyarakat mengafirmasi bahwa tercipta keluarga yang sah pula. Menurut memaparkan bahwa perkawinan merupakan kehidupan secara bersama antara laki-laki dan perempuan yang masuk ke dalam kriteria tertentu yang dimana aka nada proses persetujuan antara calon mempelai suami dan istri yang secara sah melalui langkah ijab dan qobul. Pendek kata berlangsungnya proses pernikahan mempunyai ikatan secara lahiriyah dan tanpa adanya paksaan. Dalam hukum sendiri tertuang UU No. 1 tahun 1947 yang mengatur terkait perkawinan. Dalam UU tersebut memuat isi terjadinya perkawinan merupakan ikatan lahir batin antara laki-laki dan perempuan yang

nantinya akan jadi suami istri dengan tujuan membentuk keluarga yang bahagi dan kekal. Sebelum dan setelah proses perkawinan tidak berjalan dengan mulus di Indonesia. Setelah proses perkawinan selesai pun terdapat permasalahan di Indonesia. Permasalahan tersebut diunggah oleh komunitas online @indonesiabutuhfeminis, sebagai berikut:

Gambar 10 Konten Pernikahan Harus Punya Anak Pada Perempuan



Sumber: Postingan Akun @indonesia.butuhfeminis 2022

Budaya yang sudah dijalankan di kota besar perempuan yang belum menikah diberikan pelabelan negative sebagai perawan tua karena belum laku dan terlalu selektif dalam memilih pasangan. Eksistensi wanita lajang yang berada di Indonesia tergolong dalam usia dewasa. Dari pelabelan tersebut berdampak pada rasa kurang nyaman dengan status jomblo dan kedudukannya tidak pas, dan mempunyai rasa takut untuk dilecehkan. Dalam bermasyarakat perempuan lajang harus siap untuk diobjektifikasi oleh masyarakat yang masih mempunyai kerangka berfikir yang tradisional. Keberadaan masyarakat yang masih berfikir tradisional tersebut memojokkan perempuan dengan pertanyaan terkait kapan menikah secara terus-menerus (Munawarah, Wahyuni, & Elsera, 2020). Perempuan yang tidak menjalankan nilai dan norma yang ada di masyarakat akan mendapatkan sanksi sosial. Maka dari itu pernikahan yang terlambat merupakan sebuah nilai dan norma yang didalamnya

mendapatkan sanksi sosial yaitu berupa pelabelan negative yaitu perawan tua.

Langgenganya norma tersebut karena masyarakat Indonesia mewariskan secara estafet sehingga orangtua juga mendidik hal serupa kepada turunan wanitanya. Dari adanya dogma terkait norma tersebut membuat orangtua yang mempunyai anak wanita yang sudah mencukupi umur menikah untuk segera melangsungkan pernikahan. Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) masih diimplementasikan pelabelan tersebut mempunyai kaitan dengan tahap eksternalisasi ini berjalan ketika produk sosial yaitu wanita yang telat menikah akan dicap sebagai perawan tua. Hal terbentuk didalam masyarakat setelah pihak orang tua dan anak meng-kternalisasikan dirinya atau melakukan adaptasi ke dalam dunia sosio-kultural sebagai bagian dari produk manusia. Alasan untuk menyegerakan menikah karena para orangtua takut akan anak wanitanya mendapatkan pelabelan perawan tua. Hadirnya fenomena tersebut merupakan fakta sosial dari gambaran intensi menikah pada wanita lajang. Dalam kitab suci al-qur'an pun terdapat surat yang menganjurkan untuk menikah, sebagai berikut:

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ ۚ لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبُوا ۚ
وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبْنَ ۚ وَاسْأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ
عَلِيمًا

Artinya: Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebagian kamu lebih banyak dari sebagian yang lain. (Karena) bagi orang laki-laki ada bahagian dari pada apa yang mereka usahakan, dan bagi para wanita (pun) ada bahagian dari apa yang mereka usahakan, dan mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu. (Q.S. Al-Nur [24] : 32)

Berangkat dari ayat diatas mengandung anjuran menyegerakan menikah apabila sudah ada jodohnya. Ketakutan dilanda kemiskinan sehabis menikah merupakan sesuatu hal yang tidak perlu dirisaukan karena Allah akan memberikan limpahan rezeki kepada mahluk-Nya yang berusaha (Abdullah, 2007). Ayat diatas merupakan sebatas anjuran bukan sesuatu keharusan kecuali diminta oleh pihak perempuan. Pada dasarnya kita mengilhami bahwa suatu perintah merupakan sesuatu hal yang bukan wajib karena pada masa Nabi terdapat orang-orang yang hidup membujang. Namun anjuran dapat diilhami sebagai perintah yang wajib dijalankan karena apabila suatu individu yang memilih hidup membujang dikhawatirkan menghadirkan fitnah (Ash-Shiddieqy)

Salah satu dilaksanakannya proses pernikahan yaitu untuk memperoleh keturunan. Dengan memperoleh keturunan dari hasil pernikahan akan berdampak pada umat manusia sebagai khalifah. Dalam Islam sendiri menyarankan agar menikahi perempuan yang masih produktif dan tidak mandul (Ismail & Djaliel, 2000). Hal tersebut semakin diperkuat dengan adanya hadist terkait anjuran memilih perempuan yang subur. Hadits yang dikutip dalam kitab Qurrah al-'uyun bahwa "Nikahilah wanita yang memiliki cinta kasih dan banyak keturunannya, karena sesungguhnya aku akan membanggakan banyaknya jumlah kalian di hadapan umat yang lain pada hari kiamat". Berangkat dari hadits tersebut sejatinya hanya memberikan saran kepada hamba Allah guna selektif dalam memilih calon istri. Pemilihan pasangan yang selektif secara tidak langsung berdampak pada kebahagiaan dalam rumah tangga. Maka dari itu Rasulullah menganjurkan hal tersebut guna mengurangi kericuhan dalam rumah tangga.

Memperoleh keturunan dalam sebuah pernikahan yang selalu dijadikan sandaran hal tersebut merupakan bentuk objektivasi setelah melalui proses pengenalan terhadap dunia luarnya. Momen obyektivasi merupakan tahapan filterisasi antara realitas dalam diri dan realitas

sosial yang berada diluar diri. Suatu individu memiliki sistem sendiri begitu juga dunia sosio-kulturalnya. Realitas tersebut pada akhirnya akan menjadi suatu realitas yang baru.(Berger & Luckmann, 1990). Komunitas online @indonesiabutihfeminis memotret realitas sosial yang berada diluar dirinya yaitu salah satu tujuan dari diadakannya pernikahan untuk memperoleh keturunan. Kaum perempuan yang dianugerahi oleh Allah SWT mempunyai rahim untuk mengandung selalu disalahkan apabila terjadinya kemandulan didalam pernikahan. Hal tersebut semakin diperkuat dengan adanya hadist yang menganjurkan menikahi wanita yang produktif. Kaum perempuan yang tidak subur alias mandul akan menjadi sasaran pelabelan negative dari masyarakat. Apabila proses pernikahan tersebut sudah berlangsung selama bertahun-tahun tapi belum dikaruniai buah hati. Maka dari itu komunitas online ini menentang terjadinya kemandulan selalu disandarkan pada kaum perempuan.

Tahap internalisasi menurut (Berger & Luckmann, 1990) yaitu pemahaman atau mendefinisikan langsung terkait suatu fenomena objektif yang sedang terjadi sebagai hasil penciptaan makna. Pendek kata telah terjadi proses dialektika makna yang termanifestasi dari proses subjektif orang lain yang pada akhirnya menghasilkan makna subjektif bagi individu tersebut. Komunitas ini mengaktualisasikan dirinya dengan melakukan bentuk penyadaran yaitu menungggah pesan bahwa tujuan utama menikah untuk punya anak. Di sisi lain terjadinya proses kemandulan tidak bersumber pada kesuburan sang istri. Komunitas online ini menginternalisasi bahwa terjadinya kemandulan pada perempuan tidak bersifat absolut untuk disalahkan. Kaum laki-laki sendiri bisa menjadi penyebab terjadinya sebuah kemandulan. Kurang subur nya cairan sperma yang dimiliki oleh laki-laki menyebabkan sel telur tidak dibuahi secara sempurna yang pada akhirnya rumah tangga belum dikaruniai buah hati. Kerangka berfikir tersebut harus dihilangkan karena tubuh perempuan selalu dijadikan objek dan laki-

laki tidak mempunyai andil terjadinya kemandulan. Maka dari itu pemahaman seks yang masih berkuat pada ranah biologis, alamiah dan tidak bisa dirubah (Mianti, 2017).

Melalui penelitian yang dilakukan oleh (Mardiyan & Kustanti, 2016) terkait kebahagiaan pernikahan terhadap pasangan yang belum dianugerahi keturunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum dianugerahi anak terhadap pasangan suami-istri berdampak pada kebahagiaan rumah tangga mereka. Alasan tidak bahagia tersebut karena mereka merasa kesepian, sedih, tidak nyaman, dan mengalami fase bosan dalam menjalani rumah tangga. Melalui penelitian lainnya belum hadirnya anak dalam pernikahan membuat pasangan tidak merasa Bahagia. Pria mempunyai sumbangsih dalam terjadinya kemandulan. Pria yang dijatuhi vonis infertile merespon dengan rasa depresi, dirinya merasa asing, dan terisolasi (Hadley & Hanley, 2011). Sejatinya kemandulan tidak harus selalu disandarkan pada perempuan. Dalam pernikahan sendiri hakikatnya terdiri dari dua pasangan laki-laki dan perempuan. Maka dari itu pihak laki-laki mempunyai kesempatan yang sama untuk dilabeli negative terkait kemandulan.

2. Suborniasi Pada Pada Perempuan

Pendidikan mempunyai peran yang signifikan bagi masyarakat. Peran yang signifikan tersebut mempunyai kegunaan untuk mengontrol terciptanya kualitas warga masyarakat. Harahap dan Poerkatja mengungkapkan bahwa Pendidikan merupakan upaya secara sadar dari orang tua yang selalu dimaknai mampu menjalankan tanggung jawab moral dari segala perbuatannya. Pendek kata peran dari orang tua mendidik terhadap anak seperti guru, pendeta, dan kiai. Pendidikan akan mempunyai konotasi positif bagi generasi muda dan pendidikan akan memfasilitasi mereka yang layak dan memadai bagi negaranya. Maka dari itu para petugas pendidik membutuhkan ketekunan dan kesabaran dalam mengajarnya. Dewasa ini pendidikan tidak harus tercipta diskriminasi terhadap salah satu

gender. Maka dari itu pendidikan tinggi yang didapatkan oleh kaum perempuan bisa didapatkan tanpa harus ada bayang-bayang dari budaya patriarki. Fenomena tersebut dibangun oleh akun @Indonesiabutuhfeminis, sebagai berikut:

Gambar 11 Konten Pelarangan Perempuan Berpendidikan Tinggi



Sumber: Postingan Akun @indoensia.butuhfeminis 2022

Berangkat dari tahap eksternalisasi terkait problematika hak perempuan untuk mendapatkan pendidikan yang layak bersumber dari historis-kultural yang sudah mandarah daging didalam masyarakat (Berger & Luckmann, 1990). Secara historis-kultural kaum perempuan mengalami diskriminasi yang dinyatakan dalam tindakan orang tua. Tindakan yang diambil oleh orang tua terhadap anak-anak perempuannya berbeda dengan anak laki-laki. Anak laki-laki mempunyai peluang yang lebih besar daripada perempuan guna melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi. Previliese yang diberikan kepada anak laki-laki tidak hanya pendidikan melainkan mempunyai hak untuk menentukan pilihan atas hidupnya (Offoma, 2015). Maka dari itu langkah yang diambil oleh orang tua membuat anak perempuan sudah terbelenggu terlebih dahulu sebelum melangkah lebih jauh.

Kaum perempuan di Indonesia masih terisolasi oleh nilai-nilai budaya yang melekat dalam masyarakat. Dari mandarah dagingnya nila-

nilai budaya tersebut mempunyai dampak kaum perempuan sulit untuk mengekspresikan dirinya. Pembagian peran dalam rumah tangga dan masyarakat masih disandarkan pada kerangka berfikir yang klasik yakni perbedaan secara kodrati antara laki-laki dan perempuan. Menurut (Sundari, 2000) kodrat adalah kondisi hidup manusia yang turun dari Tuhan dan bukan bersumber dari kultur yang dikonstruksi oleh manusia. Kodrat perempuan seperti menstruasi, hamil, dan melahirkan. Sedangkan fenomena yang dikonstruksi oleh manusia pembagian peran dalam rumah tangga seperti memasak, mengasuh anak, dan membersihkan rumah. Bergulatnya perempuan hanya di ranah domestic membuat kesempatan untuk mengenyam pendidikan lebih tinggi tertutup. Alhasil hasil konstruksi terkait perempuan membuatnya ingin melangkah selalu terganggu dengan eksistensi wacana tersebut.

Perempuan harus bisa berdikari terhadap dirinya sendiri tersebut merupakan bentuk objektivasi setelah melalui proses pengenalan terhadap dunia luarnya. Momen obyektivasi merupakan tahapan filter antara realitas dalam diri dan realitas sosial yang berada diluar diri. Suatu individu memiliki sistem sendiri begitu juga dunia sosio-kulturalnya. Realitas tersebut pada akhirnya akan menjadi suatu realitas yang baru (Berger & Luckmann, 1990). Hasil objektivasi yang akun @indonesiabutuhfeminis mengunggah psotingan yang memuat isi perempuan tidak boleh mengaktualisasikan dirinya. Pada dasarnya hasil konstruksi yang hadir didalam masyarakat kaum perempuan dijadikan objek pembangunan sebuah wacana. Berangkat dari unggahan video dari Tik Tok @/bilaaaaaaah yang kemudian direspost oleh akun @indonesiabutuhfeminis. Konten itu memuat isi bahwa pemilik akun menyampaikan keluhan karena pihak pacar menjadikannya sebagai objek. Pihak pacar meng-objektivasi kepada perempuan bahwasanya dia tidak boleh pendidikan tinggi, mandiri, pintar, dan berasal dari keluarga yang kaya. Argument diatas berangkat dari

kuatnya system patriarki yang pada akhirnya membuat kaum laki-laki tidak siap akan kedudukan perempuan lebih tinggi darinya (Ifarinda, 2014).

Tindakan yang dilakukan oleh laki-laki tersebut mempunyai kaitan dengan paradigma definisi sosial. Paradigma definisi sosial memaparkan bahwa kerangka berfikir suatu individu dalam suatu masyarakat akan berdampak pada kedudukan yang terdapat dalam masyarakat tersebut. Pada akhirnya suatu individu bebas untuk mengambil tindakan (Ritzer, 2011). Tindakan yang diambil oleh laki-laki tersebut karena dia sadar akan posisinya sebagai pemilik kekuasaan akan terancam apabila perempuan mendominasi. Dalam benak kaum laki-laki muncul kurangnya rasa percaya diri ketika dia belum bekerja. Kaum laki-laki akan minder ketika melakukan pendekatan kepada perempuan yang lebih tinggi strata pendidikannya, pekerjaan, dan pendapatan. Fenomena tersebut sudah menjadi kultur sebagai penganut system patriarki sehingga berdampak pada ketidaksiapan laki-laki di Indonesia. Para suami dituntut untuk bekerja mencari nafkah untuk keluarga di rumah. Seperti yang tertuang dalam hadist yaitu "*Hak mereka (istri) atas kalian (suami) adalah agar kalian memberi rezeki dan pakaian kepada mereka dengan cara yang baik.*" (HR. Muslim). Seorang istri mempunyai hak atas rezeki yang didapatkan suami baik dalam kondisi miskin, kaya, ataupun berkecukupan. Segala kebutuhan rumah tangga harus dipenuhi seperti papan, sandang, dan pangan. Maka dari itu laki-laki tersebut melawan karena maskulin akan rapuh apabila hal tersebut terjadi pada dirinya.

Akun @indonesiabutuhfeminis mendobrak bahwa sikap yang diambil oleh laki-laki dalam unggahannya telah merampas hak perempuan untuk ekspresi. Akun tersebut memberikan tanggapan yaitu "Girls. Kalau ada cowok kek gini ke kalian, tinggalin dari sekarang!!! Pecundang kek dia nggak pantas untuk bersanding dengan orang hebat seperti kalian". Keadilan gender dengan diwujudkannya kesamaan kedudukan laki-laki dan perempuan untuk mendapatkan peluang dan menjalankan hak-haknya agar

ikut terlibat aktif dalam pembangunan. Pendek kata persamaan laki-laki dan perempuan dalam berbagai aspek harus dihargai upayanya oleh masyarakat (Hamdanah, 2005). Komunitas ini berusaha memberikan kepekaan terhadap para *netizen* bahwa hal tersebut merupakan bentuk diskriminasi terhadap perempuan. Maka dari itu apabila hal tersebut dibiarkan kaum perempuan semakin tertindas dengan ganas implementasi budaya patriarki.

Dewasa ini lambat laun kerangka berfikir tradisional warga masyarakat Indonesia terkait perempuan mulai runtuh. Hal tersebut ditunjukkan melalui penelitian yang dilakukan oleh (Armansyah & Taufik, 2018). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kaum laki-laki mempunyai prespektif terkait wanita pekerja imigran di Palembang. Para suami bersedia untuk membantu segala urusan rumah tangga. Hal tersebut dikerjakan mempunyai tujuan untuk meringankan beban istri karena mereka bergulat pada ranah publik berdampak pada meningkatnya taraf ekonomi keluarganya. Kaum laki-laki berusaha memberikan kesan yang positif dan memberikan support kepada istri. Salah satu caranya yaitu berkerja sama seperti mencuci, mengurus anak, dan menyapu. Langkah yang dilakukan pihak suami bukan berarti meruntuhkan maskulin dan sebaliknya kaum perempuan tidak jumawa karena esensi yang perlu diciptakan yaitu terciptanya kesetaraan gender.

Melalui penuturan (Putri & Lestari, 2015) tentang kehidupan rumah tangga. Suami dan istri terlebih dahulu melakukan sebuah kesepakatan bersama dalam tiga hal yaitu pengambilan keputusan, pengelolaan keuangan, dan pengasuhan anak. Ketika mengambil sebuah keputusan mereka berdua terlibat tanpa harus depan ego masing-masing. Pengelolaan uang dan mengasuh anak diberikan haknya kepada istri. Namun pihak sang suami tidak serta merta mengasuh anak secara terus-menerus. Langkah tersebut dikerjakan dan menandakan peran suami dalam berkeluarga memberikan kepercayaan adanya keterbukaan antara kedua belah pihak. Dengan implementasi kesetaraan gender dalam rumah tangga membuat

hak-hak perempuan mulai didapatkan seperti apa yang dicita-citakan aktivis feminisme.

3. Marjinalisasi Terhadap Perempuan di Dunia Kerja

Dewasa ini dunia ketenagakerjaan mengalami dinamika. Dengan adanya dinamika tersebut justru menghadirkan problem terkait para tenaga kerja khususnya kaum perempuan yang bergelut di ranah publik. Diskursus tentang kesetaraan gender merupakan isu yang tak bisa lepas dari kajian ketenagakerjaan di Indonesia. Keterasingan perlakuan terhadap pekerja perempuan dibanding pekerja laki-laki tidak adil rasanya apabila wacana kesetaraan gender merambah dunia industry namun tidak dijalankan. Berbagai macam konstruksi terkait perempuan menghambat mereka untuk menyalurkan ekspresi di dunia kerja. Termarjinalkan perempuan pada ranah publik secara tidak langsung sudah membuat kondisi dirinya menjadi miskin.

Berangkat dari tahap eksternalisasi yang dimana masyarakat hidup berdampingan dengan budaya bahwa ranah perempuan hanya menjalankan sector domestic saja. Telah terjadi paradoks ketika hadirnya perempuan sebagai pekerja. Melalui kacamata ilmu sosiologi menandakan bahwa posisi perempuan sudah berada diposisi yang seharusnya yaitu setara (Sembiring, 2016). Sedangkan realita di lapangan kerja kesetaraan gender yang diinginkan sirna. Budaya lingkungan kerja yang kurang sehat ketika pekerja perempuan kurang dihargai. Dari tidak dihargainya pekerja tersebut berdampak pada sikap yang acuh dan mendegradasi hak yang dimiliki. Maka dari itu hal-hal yang mempunyai konotasi negative terhadap pekerja perempuan menghadirkan kerugian. Berangkat dari pesan feminize yang dibangun oleh akun @indonesiabutuhfeminis terdapat beberapa bisa gender yang terjadi terhadap kaum perempuan di dunia kerja seperti:

Gambar 12 Konten Marjinalisasi Pekerja Perempuan



Sumber: Postingan Akun @indonesia.butuhfeminis 2022

1. Perempuan Tidak Perlu Naik jabatan atau Jadi Pemimpin

Melalui penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Fatmariza, 2020) terkait eksistensi perempuan terhadap kepemimpinan di Ormawa Universitas Negeri Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih rendahnya peran perempuan sebagai pemimpin masih dikatakan rendah yaitu 6% dari 51 organisasi hanya 6 organisasi saja yang dipimpin oleh perempuan. Terdapat kendala yang dialami oleh perempuan untuk merambah menjadi pemimpin karena terganjal dua factor yaitu internal dan eksternal. Faktor internal sendiri ada indikator yaitu pengetahuan, pemahaman, percaya diri, dan tanggung jawab. Dari factor internal tersebut indicator pengetahuan mempunyai peranan yang signifikan. Data menunjukkan bahwa 65% responden setuju bahwa perempuan belum cakap mempunyai pengetahuan ketika menjadi pemimpin. Sedangkan untuk factor eksternal terdapat indicator seperti tradisi, kemampuan, dan relasi. Relasi mempunyai peranan yang signifikan dalam memuluskan jalan perempuan menjadi pemimpin. Data menunjukkan 50% responden menyatakan bahwa perempuan kurang mempunyai koneksi pertemanan dibanding laki-laki, alhasil mereka sulit mendapatkan suara dukungan menjadi pemimpin.

Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) masih diimplementasikan pelabelan bahwa perempuan tidak bisa menjadi pemimpin mempunyai kaitan dengan tahap eksternalisasi ini berjalan ketika produk sosial yaitu wanita yang belum mempunyai kuasa lebih. Fenomena tersebut disajikan bahwa perempuan masih belum bisa dijadikan pemimpin dan masih disandangkan peran pemimpin pada laki-laki. Berangkat dari penelitian diatas menunjukkan bahwa kaum perempuan yang ingin menjadi pemimpin terhadang oleh dua factor yaitu internal dan eksternal. Fenomena tersebut menandakan bahwa perempuan ditempatkan pada posisi yang tidak surplus. Pembagian kerja yang selalu disandarkan pada indicator seks menandakan bahwa posisi perempuan pada nomer dua (Yuliati , 2018). Ketika perempuan ingin merambah menjadi sorang pemimpin mereka harus mempunyai skill yang menjadi ciri khas dan lebih tinggi daripada laki-laki. Dalam dunia kepemimpinan tidak terdapat suatu ketetapan hukum yang mengharuskan laki-laki menjadi pemimpin. Akan tetapi yang disajikan di lapangan perempuan belum sepenuhnya merdeka dalam mendapatkan haknya.

2. Upah Perempuan Dibedakan

Melalui penelitian yang dilakukan oleh (Kurniasari, 2020) terkait pembagian upah yang tidak merata di Desa Teluk Wetan, Jepara. Hasil riset menunjukan bahwa dalam industry *handycraft* pemberian gaji menggunakan system Borongan. Upah yang diterima oleh kaum perempuan dan laki-laki tidak setara. Seorang pekerja laki-laki yang bekerja dari jam 09.00-17.00 meraup gaji sebesar Rp.50.000-Rp.60.000 per hari. Pekerja laki-laki tidak dibebankan untuk memenuhi target produksinya setiap hari. Sedangkan untuk pekerja perempuan meraup gaji sebesar Rp.20.000-Rp. 25.000 tergantung pada tingkat kesulitannya. Pekerja perempuan juga mempunyai beban yang diberikan kepada mereka yaitu mereka dapat menerima orderan dari berbagai majikan sekaligus. Namun terdapat konsekuensi yang yaitu

barang yang mereka kerjakan harus sesuai tenggat waktu yang sudah ditetapkan. Maka dari itu pekerja perempuan mendapatkan bayaran yang sedikit dari para majikan sehingga mereka terpaksa untuk bekerja dengan jumlah orderan yang masuk.

Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) mengatakan bahwa seseorang ketika lahir bukan sebagai anggota masyarakat, namun seorang individu lahir mempunyai kecenderungan untuk menerima atau menolak sesuatu berdasarkan pengalaman dan norma yang dianut. Hal tersebut merupakan wujud dari tahap internalisasi. Berangkat dari penelitian diatas bisa kita lihat fenomena yang ada pada industri informal di Desa Teluk Wetan, Jepara. Dalam menjalankan operasionalnya masih sangat kental dengan budaya patriarki. Dari implementasi budaya tersebut bisa kita lihat bahwa terjadi ketimpangan pemberian gaji dan beban kerja yang dialami oleh pekerja perempuan. Dalam diri industri informal diatas tidak menolak atau berusaha menghilangkan budaya yang merugikan kaum perempuan. Maka dari itu masih kuatnya proses eksternalisasi membuat kekuasaan perempuan dalam bekerja tidak ada perubahan.

3. Jumlah Pekerja Perempuan Dibatasi

Kuota perempuan untuk bergelut pada ranah publik juga dibatasi. Terjadinya fenomena tersebut bisa kita jumpai mengenai keterwakilan perempuan di ranah politik. Pada dasarnya budaya di Indonesia masih sangat kental dengan system patriarki. Hal tersebut berdampak pada kesempatan perempuan guna terlibat pada dunia politik. Sudut pandang masyarakat yang mengkotak-kotakan pembagian peran antara laki-laki dan perempuan dalam ruang publik dan domestic. Perjuangan perempuan dimulai dengan kongres wanita tahun 1928 yang dimana kepekaan mulai tumbuh dalam benak mereka terkait partisipasi dalam ranah politik. Data menunjukkan bahwa 6,5% anggota parlemen tahun 1965 diduduki oleh perempuan. Pada tahun 1987 mengalami lonjakan sebesar 13% (Sugiharto, 2014). Pada akhirnya seiring berjalannya

system demokrasi di Indonesia mewacanakan perempuan sebanyak 30% di parlemen. Wacana keterwakilan perempuan di parlemen sebanyak 30% diharapkan dinyatakan sehingga membuat perempuan hak perempuan dalam keterlibatannya berpolitik tidak terisolasi.

Keterwakilan perempuan pada ranah politik termasuk sebagai sebuah suguhan fakta sosial. Melalui penuturan (Ritzer, 2011) fakta sosial meninjau kehidupan masyarakat melalui kecamatan struktur dan pranata sosialnya. Pranata sosial sendiri terpisah dari diri suatu individu sehingga dalam dirinya yakin bahwa *power* yang dimiliki struktur dan pranata sosial lebih masif dari keinginannya. Struktur yang ada didalam masyarakat yang menempatkan kaum laki-laki yang dipandang cocok bergelut pada ranah politik. Kelayakan tersebut karena dalam diri laki-laki mempunyai karakter yang tegas dan lugas dalam memimpin. Dalam pranata politik sendiri semua regulasi baik yang tertulis atau tidak masing-masing mempunyai fungsi guna menjadi control dalam kegiatan politik. Bersumber dari pemaparan di atas keterwakilan perempuan dalam parlemen sendiri mendapatkan kuota sebabnya 30%. Pemberian kuota tersebut mempunyai tujuan untuk memberikan ruang berekspresi dan terlibat aktif perempuan pada ranah politik. Maka dari itu proses sosial dalam ranah politik menyajikan fakta sosial terkait pembagian dan pembentukan kekuasaan dalam masyarakat guna mengontrol kegiatan pemerintahan dalam negaranya.

4. Tidak Dilibatkan Dalam Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan menurut (Atmosudirjo, 2008) merupakan suatu langkah pemilihan yang menghasilkan jalan keluar yang baik bagi manusia untuk mengubah situasi yang mempunyai kaitan dengan kebutuhan. Tindakan yang telah diambil bisa dijalankan guna meminimalisir hadirnya harapan yang tidak diinginkan dan resiko yang dialami kecil apabila pengambilan suatu keputusan telah diambil. Prasyarat mutlak yang selalu mempunyai kaitan yaitu disandarkan pada akses dan control yang dimiliki. Diskursus gender yang dibangun

mempunyai ketergantungan menciptakan kondisi yang dialami oleh kaum perempuan yang dimana mereka tidak mempunyai kekuasaan atas sumber daya ekonomi dan pengambilan sebuah keputusan mempunyai kaitan terhadap tahap eksternalisasi. Dari berjalannya budaya tersebut ketika hak perempuan dalam ranah ekonomi direnggut secara tidak langsung mereka akan bergantung ekonomi dan pengambilan keputusan yang dikendalikan oleh laki-laki. Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) masih diimplementasikan pelabelan tersebut mempunyai kaitan dengan tahap eksternalisasi ini berjalan ketika produk sosial yaitu wanita yang belum mempunyai kuasa lebih.

Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) mengatakan bahwa seseorang ketika lahir bukan sebagai anggota masyarakat, namun seorang individu lahir mempunyai kecenderungan untuk menerima atau menolak sesuatu berdasarkan pengalaman dan norma yang dianut. Hal tersebut merupakan wujud dari tahap internalisasi. Riset tersebut dilakukan oleh (Hunawa, 2018) pada system birokrasi yang dijalankan oleh pemerintahan di Kabupaten Bone Bolangi. Dalam menjalankan birokrasi mempunyai keselarasan bahwa mereka masih menerima dan menjalankan norma dan pengalaman yang masih dianut. Hal tersebut ditunjukkan dengan masih terdapat diskriminatif terhadap PNS perempuan yang mempunyai taraf pendidikan, pengalaman, dan skill masih pada kedudukan nomer dua. Hal tersebut terjadi karena factor pendapatan ekonomi yang masih bisa dikatakan rendah berdampak pada akses pendidikan dan pekerjaan. Dalam keluarga pun juga masih menganut prinsip bahwa laki-laki masih diutamakan karena adanya rasa kepercayaan atau bisa dikatakan mereka pada akhirnya akan menghidupi buat keluarga. Maka dari itu keterlibatan perempuan dalam mengambil sebuah keputusan belum bisa dikatakan maksimal. Pekerja perempuan masih dikasih peran sebagai pelaksana program tanpa dilibatkan dalam perencanaan dan evaluasi kinerja.

5. Kekerasan Seksual Dinormalisasikan

Bisa dijumpai pada ketika kasus pelecehan seksual masih dinormalisasikan di Indonesia. Masih dianggap normalnya fenomena tersebut karena masyarakat Indonesia mewariskan ajaran budaya yang kita lalui bahwa kaum perempuan diajarkan kepemilikan wacana seksualitas condong kepada kaum laki-laki. Dengan adanya kepemilikan kekuasaan tersebut kaum perempuan dimanfaatkan untuk memuaskan hasrat kaum laki-laki. Dari adanya dogma terkait kekuasaan tersebut membuat kaum perempuan yang mengalami korban pelecehan sudah dianggap biasa. Melalui penuturan (Berger & Luckmann, 1990) masih diimplementasikan pelabelan tersebut mempunyai kaitan dengan tahap eksternalisasi ini berjalan ketika produk sosial yaitu wanita yang telat menikah akan dicap sebagai perawan tua. Hal terbentuk di dalam masyarakat setelah pelaku maupun korban mengkternalisasikan dirinya atau melakukan adaptasi ke dalam dunia sosio-kultural sebagai bagian dari produk manusia. Kekuasaan seksualitas yang disandarkan pada kaum laki-laki merupakan hasil dari konstruksi yang ada didalam masyarakat.

Melalui penelitian yang dilakukan oleh (Dwiyanti, 2014) terkait terjadinya kekerasan terhadap perempuan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat tiga factor penyebab terjadinya kekerasan. Pertama, kondisi lingkungan tempat kerja yang didominasi oleh kaum laki-laki yang mempunyai kekuasaan lebih seperti jabatan. Dengan dominasi personel laki-laki tersebut kaum perempuan terisolasi dan rentan menjadi sasaran tindak kekerasan. Kedua, karakteristik perempuan yang menjadi korban. Perempuan yang sudah menikah cenderung mempunyai peluang untuk menjadi korban karena perempuan tersebut lebih ramah dan mudah untuk diberikan stimulus perhatian seksual. Ketiga, karakteristik pelaku. Pelaku kekerasan tersebut berasal dari laki-laki yang sudah menikah karena sudah menjadi budaya di kantor. Terjadinya kekerasan tersebut pihak korban karena aspirasi mereka melapor kepada dengan dalih tidak mendapatkan

respon. Maka dari itu kerangka berfikir tradisonal diatas terkait perempuan lemah dan pemegang kekuasaan atas tubuh dari kaum laki-laki membuat masih langgeng tindak kekerasan.

6. Dianggap Emosional atau Mudah Baper

Kondisi emosional perempuan yang terganggu di dunia pekerjaan merupakan bentuk aktulisasi mereka ketika berperan ganda didalam rumah tangga. Kaum perempuan berperan sebagai istri dan ibu sekaligus. Dari peran ganda yang dimainkan oleh kaum perempuan berdampak pada work-family conflict yang berdampak pada depresi dan kecemasan wanita yang sangat kuat (Frone, 2000). Kondisi lingkup kerja yang dipenuhi dengan pressure tinggi dan tenggat waktu pekerjaan yang harus diselesaikan tepat waktu. Di sisi lain kualitas hubungan dengan keluarga harus tetap jalan guna seperti mengasuh anak dan bersih-bersih rumah. Kedua peran tersebut harus dijalankan dengan seimbang karena masih lekat peran domestic bagi wanita dan kuatnya system patriarki dalam kehidupan rumah tangga.

Tindakan yang diambil oleh kaum perempuan yang berperan ganda tersebut mempunyai kaitan dengan paradigma definisi sosial. Paradigma definisi sosial memaparkan bahwa kerangka berfikir suatu individu dalam suatu masyarakat akan berdampak pada kedudukan yang terdapat dalam masyarakat tersebut. Pada akhirnya suatu individu bebas untuk mengambil tindakan (Ritzer, 2011). Tindakan yang diambil oleh perempuan tersebut karena dia sadar akan posisinya sebagai ibu rumah tangga dan pekerja. Harus berjalannya kedua peran tersebut berdampak pada kondisi perempuan yang mudah emosional di lingkungan kerja. Dalam dunia kerja pun dalam menjalankan aktivitasnya harus tercipta kondisi yang kondusif. Bersumber dari dijalankannya kedua peran tersebut yang berdampak pada kondisi emosi yang tidak stabil ditakutkan akan mengganggu kondusif lingkup pekerjaan begitupun sebaliknya.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Langkah-langkah yang dilakukan oleh akun @indonesiabutuhfeminis dalam mengkonstruksi pesan-pesan feminisme melakukan kegiatan digital content marketing. Dalam kegiatan tersebut terdapat dua tahap yaitu yang pertama penetapan tujuan utama dan pemetaan target pasar. Komunitas online ini mempunyai tujuan utama melakukan perlawanan terhadap segala jenis bentuk penindasan, suka menyentil manusia berprivilege yang tidak sadar dan empati. Tujuan utama tersebut terpampang jelas melalui tampilan profil Instagram. Akun ini melakukan pemetaan target pasar terhadap anak muda. Anak muda dapat dikatakan sebagai seseorang yang sedang mencari aktualisasi diri dan berada pada tahap menentukan jati diri dalam dirinya. Hal tersebut juga selaras dengan pengguna terbanyak Instagram didominasi oleh anak muda. Maka dari itu komunitas online ini memanfaatkan Instagram dalam melakukan perlawanan kepada penganut sistem patriarki.

Tahap kedua yang dilakukan oleh akun ini yaitu penciptaan, distribusi, dan penguatan konten. Dalam penciptaan konten akun ini dapat mengemas pesan-pesan feminisme dalam bentuk meme comic. Setiap konten yang diciptakan isinya selalu memuat perjuangan kaum feminisme. Dalam pendistribusian konten akun ini menggunakan model *single post* dan *multiple post*. Sedangkan yang terakhir yaitu penguatan konten yang dilakukan oleh akun ini yaitu dengan cara merespon kolom komentar yang dilayangkan oleh pengikutnya. Pemberian komentar yang dilakukan oleh pengikut berangkat dari postingan yang diunggah oleh akun @indonesiabutuhfeminis. Maka dari itu bentuk respon tersebut pada akhirnya terjadilah proses dialektika di dalam ruang *cyber*.

2. Analisis penyajian konten yang dihadirkan terdapat dua kekerasan yaitu fisik dan non fisik. Terdapat tiga bentuk kekerasan fisik yang

dibangun oleh akun ini yaitu Kekerasan Berbasis Gender Online, Kekerasan Dalam Rumah Tangga, dan Kekerasan di ruang publik (Universitas). Kekerasan fisik merupakan kekerasan yang bersentuhan dengan anggota tubuh. Pendek kata focus utama yang terjadi dalam kekerasan tersebut yaitu mendapatkan otoritas dari tubuh korban. Dengan disajikannya fenomena tersebut kaum perempuan masih menjadi sasaran terjadinya fenomena kekerasan. Alasan kaum perempuan selalu menjadi korban tindak kejahatan kekerasan fisik karena dirinya dikonstruksi di dalam masyarakat sosok yang lemah dan inferior dibanding kaum laki-laki. Maka dari itu para aktivis ingin meminimalisir tindakan kekerasan fisik yang selalu dilayangkan kepada kaum perempuan dengan melakukan bentuk perlawanan melalui Instagram.

Kekerasan non fisik yang dirasakan oleh kaum perempuan yaitu mengalami stereotype, subordinasi dan marginalisasi di dalam masyarakat. Terdapat dua pesan stereotype pada perempuan yaitu citra perempuan dalam iklan dan pernikahan telat pada perempuan. Dalam dunia sosio-kulturalnya perempuan selalu dijadikan objek kemudian wacananya dibangun oleh kaum laki-laki. Subordinasi, dalam konten tersebut memuat dimana kaum perempuan taraf hidupnya tidak boleh tinggi dari kaum perempuan. Berangkat dari dunia sosio-kultural kaum perempuan kedudukannya selalu ditempatkan pada nomor dua. Marginalisasi, perempuan dalam dunia kerja selalu dikesampingkan keberadaannya oleh dominasi kaum laki-laki. Dari dominasi kaum laki-laki dunia kerja mengakibatkan perempuan tidak bisa jadi pemimpin, upah kerja dibedakan, jumlah pekerja dibatasi, tidak dilibatkan dalam pengambilan keputusan, kekerasan seksual dinormalisasi, dan perempuan dianggap emosional. Dari adanya perbuatan tersebut perempuan tidak merdeka dalam ranah public. Maka dari itu komunitas ini membangun pesan guna mengedukasi kepada para pengikut.

B. Saran

1. Bagi komunitas online @indonesiabutuhfeminis data mempertimbangkan untuk melakukan sebuah seminar, *talkshow*, dan pembuatan buku yang membahas terkait fenomena gerakan feminisme baik dalam jaringan maupun luar jaringan. Dengan diadakannya program tersebut diharapkan pembicaraan diskursus mengenai feminisme dapat menjadi lebih baik dalam pemaknaan dan pengimplementasiannya. Pengelola akun juga lebih terbuka lagi terhadap dunia luarnya. Konten pesan-pesan feminisme dikemas lebih variative dengan setiap unggahan menggunakan logo dari komunitas. Selain itu diharapkan komunitas online ini dapat mengedukasi masyarakat yang pada akhirnya tindakan diskriminatif terhadap perempuan mulai luntur.
2. Bagi para pengikut komunitas @indonesiabutuhfeminis yang terdiri dari beraneka ragam identitas ketika menyampaikan komentar harus ada rasa menghargai sesama manusia. Tidak hanya itu saja para pengikut juga bisa membuat pendapat mereka terkait gerakan feminisme yang dimana pada akhirnya akan diposting melalui *feed* Instagram. Para pengikut juga tidak boleh terlalu fanatic dengan identitas yang melekat pada dirinya yang dimana pada akhirnya bisa menciptakan kekacauan didalam ruang maya.
3. Bagi Lembaga Hukum lebih tegas lagi dalam menindak pelaku tindakan diskriminatif terhadap kaum perempuan. Bagi KemenPPPA kaum perempuan lebih diberdayakan lagi sehingga mereka akan mandiri secara mental, fisik dan finansial yang tidak selalu bergantung pada kaum laki-laki
4. Bagi peneliti selanjutnya tertarik untuk mengembangkan riset ini, dapat menjadi focus pada tujuan yang lebih besar yaitu penyajian bentuk nyata janji-janji aktivis feminisme yang mereka perjuangkan untuk perempuan. Sehingga jauh lebih kompleks bagaimana pergerakan feminisme di ruang maya benar-benar membuat perempuan merdeka dalam segala aspek.

Daftar Pustaka

Sumber Buku:

- Alwasilah, A. C. (2011). *Pokoknya Kualitatif : Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Atmosudirjo. (2008). *Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Basrowi, S. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif Prespektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekian.
- Berger, P., & Luckman, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. Unites States: Anchor Book.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1990). *Tafsir Sosial atas Kenyataaan*. Jakarta: LP3ES.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media ; Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaplin. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi (terjemahan Kartini Kartono)*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Jakarta.
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Efendy, O. U. (1989). *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan filsafat komunikasi*. Bandung, Jawa Barat: PT. Remaja Rosdakarya..
- Fakih, M. (2008). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Febdilan, L. H., Andewi, M. T., Amalina, Z. N., Novianti, Z. F., Sarah, P., & et al. (2016). *#HASTAG*. Genteng: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Fitraza, V. (2008). *Teori Interaksi Simbolis (Symbolic Interaction Theory)*. Bandung, Jawa Barat: PT. Rineka Cipta.

- Foucault, S. (1990). *History of sexuality*. New York: Introduction Vintage Books.
- Gambel, S. (2010). *Pengantar Memahami Feminisme Dan Postfeminisme*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Gleadle, K. (2002). *Radical Writing on Woman 1800-1850*. Hampshire and New York: Palgrave MacMillan.
- Hamdanah. (2005). *Musim Kawin di Musim Kemarau; Studi Atas Pandangan Ulama Perempuan Tentang Hak-Hak*. Jogjakarta: BIGRAF Publishing.
- Hannam, J. (2012). *Feminism*. England: Pearson Education Limited.
- Herman, A. (2014). *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi Dari Klasik Sampai Modern*. Jakarta: IRCiSoD.
- Hidayat. (2004). *Ilmu yang Seksis: Feminisme dan Perlawanan terhadap Teori Sosial Maskulin*. Yogyakarta: Jendela.
- Hurlock, E. (2013). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Ismail, D. J., & Djaliel, M. A. (2000). *Membina Rumah Tangga Islam di Bawah Ridha Illahi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Jackson, S., & Jones, J. (2009). *Teori-Teori Feminis Kontemporer*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.1-3
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. Los Angeles: SAGE Publications Inc.
- Liotard, J. F. (1989). *The PostmodernCondition: A ReportonKnowlegde*. Manchester: ManchesterUniversityPress
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moore, H. L. (Feminism and Antropology and Gender). 1988. Cambridge: Polity Press.
- Mosse, J. C. (1996). *Gender dan Pembangunan* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mulyana , D. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Newman, W. L. (2013). *Metodologi Penelitan Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Indeks.

- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif : dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Nugroho, D. R. (2008). *Mayoritas pemahaman feminisme yaitu bentuk pemberontakan ketidakadilan yang diterima oleh kaum perempuan. Mayoritas pemberontakan dilakukan oleh kaum perempuan dengan asumsi mereka yang selalu mendapatkan dampak buruk oleh perilaku kaum laki-laki*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nugroho, R. (2011). *Gender dan Strategi Pengarus-Utamannya di Indonesia*. Yogyakarta.
- Outwaite, W. (2008). *Kamus Lengkap Pemikiran Sosial Modern*, terj. Tri Wibowo. Jakarta: Prenada Media Group.
- Prabasmoro, A. (2003). *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Femininitas, dan Globalitas dalam Iklan Sabun*. Yogyakarta: Jalasutra
- Priyatna. (2004). *Seks dan Seksualitas Perempuan dalam Kebudayaan Kontemporer (Bagian dari buku Seks, Teks, Konteks dalam Wacana Lokal dan Global)*. Bandung: Jurusan Sastra UNPAD.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya)*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Riana, R. (2012). *Kekerasan Dalam Berpacaran*. Universitas Muhammadiyah.
- Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2007). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Ritzer, G. (1981). *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ritzer, G. (2011). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rokhmansyah, A. (2013). *Pengantar Gender dan Feminisme*. Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rustanto, B. (2015). *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rulli, N. (2014). *Teori Riset Media Cyber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Satori, D., & Komariah, A. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sembiring, J. (2016). *Hak & Kewajiban Pekerja Berdasarkan Peraturan Terbaru*. Jakarta: Visimedia.
- Sobur, A. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Stevenson, N. (2002). *Understanding Media Culture*. London: Sage Publication.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyani, A. T. (2004). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sumarno, M. (1996). *Dasar-dasarapresiasi Film*. Jakarta: PT. Grasinfo
- Sundari, S. (2000). *Hukum Lingkungan dan Kebijakan Lingkungan Nasional*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Suparno. (1997). *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Kanisius
- Syam, N. (2005). *Islam Pesisir*. Yogyakarta: LKis Pelangi Aksara.
- Tetchgo. (2020). *Instagram for Begginer*. Wales: Papercut Limited.
- Tomagola, T. A. (1998). *Citra Wanita dalam Iklan dalam Majalah Wanita Indonesia: Suatu Tinjauan Sosiologi Media. Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tornham, S. (2006). *"Feminism and Film" dalam The Routledge Companion to Feminism and Postfeminism editor Sarah Gamble*. London and New York: Routedge
- Turner. (1992). *Sosiologi Islam: Suatu Telaah Analitis atas Tesa Sosiologi Weber terj. G. A Ticoalu*. Jakarta: Jakarta.
- Upe, A. (2010). *Tradisi Aliran Dalam Sosiologi Dari Filisofis Posivistik* . Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Usman, H., & Akbar, P. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Walden, S. (2017). *Customer Experience Management Rebooted*. London: Palgave Macmillan.

Walters, M. (2006). *Feminism A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Widajaja, A. W. (1988). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Bina Aksara.

Wirawan. (2012). *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana.

Sumber Jurnal:

Ahmad, R., & Yunita, R. D. (2019, Desember). “Ketidakadilan Gender Pada Perempuan Dalam Industri Pariwisata Taman Nasional Komodo”. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*, 04, 84-93.

Alatas, S., & Sutanto, V. (2019, Juli). CYBERFEMINISME DAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI MEDIA BARU. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17.

Amin, S. (2013, Desember). Pasang Surut Gerakan Feminisme. *Jurnal Perempuan Agama dan Gender*, XII.

Andarwulan, T. (2017, Januari). Cyberfeminism:Wajah Baru Pembebasan Diri Kaum Perempuan. *Journal Of Gender Studies*, 07, 93-106.

Ardiansyah, D. (2017). Menghadirkan Kepentingan Perempuan Dalam Representasi Politik di Indonesia. *Jurnal Politik*, 2, 71-99.

Armansyah, & Taufik, M. (2018, Juni). Representasi Perempuan Pekerja Migran menurut Laki-laki di Kota Palembang. *Jurnal Populasi*, 26, 26-38.

Assjari, & Permanarian. (2010). Desain Penelitian Naratif. *Jassi Anakku*, 172-183.

Astuti, Y. (2016, Oktober). MEDIA DAN GENDER (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta). *Profetik Jurnal Komunikasi*, 09, 25-32.

Ayuning, L. P., Setyastuti, Y., & Yuliarti, A. (2021, September). Instagram Komunitas Pergerakan Feminisme @Narasi_Perempuan dan Upaya Pemberdayaan Perempuan Banjarmasin. *Jurnal Komunikasi*, 10, 133-146.

Bowler Jr, G. M (2010 September). Netnography: A Method Specifically Designed to Study Cultures and Communities Online. *The Qualitative Report*, 15, 1270-1275.

Damayanti, M. N. (2019). Perempuan dan Cyberspace Dalam Pandangan Cyberfeminisme: Studi Kasus s Website Berlabel „Ibu,“” in Language in

the Online and Offline World 3: The Transformation (Presented at the Proceedings; A National Conference by the English Departmen. *Petra Christian University*, 53-54.

- Dunbar, A. (2018). What Customers Crave: How to Create Relevant and Memorable Experiences at Every Touchpoint. *Technical Communication*, 1, 109-121.
- Fandia, M. (2021). Memaknai Feminisme: Studi Etnografi Terhadap Gerakan Perempuan Di Media Sosial. *UGM University Prees*, 243-319.
- Harmoko, B. (2010, Juli). DIBALIK TINDAK KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN. *Muwazah*, 182-190.
- Hidayati, N. (2018). Teori Feminisme: Sejarah, Perkembangan dan Relevansinya dengan Kajian Keislaman Kontemporer. *Jurnal Harkat : Media Komunikasi Gender*, 22-29.
- Hidayat, A., & Setyanto, Y. (2019, Desember). Fenomena Catcalling sebagai Bentuk Pelecehan Seksual secara Verbal terhadap Perempuan di Jakarta. *Jurnal Koneksi*, 3, 485-492.
- Hunawa, R. (2018, April). Penguatan Gender dalam Pengambilan Keputusan Birokrasi di Kabupaten Bone Bolango. *Jurnal of Government & Political Studies*, 1, 25-39.
- Ifarinda, M. (2014). Analisis Gender Tenaga Kerja Wanita Dalam Partisipasi Ekonomi Rumah Tangga. *Jurnal IPB*, 1-15.
- Inah, E. (2013). Peranan Komunikasi Dalam Pendidikan. *Jurnal Al-Ta'dib*, 176-188.
- Kamarullah, A. R., & Putra, A. (2020, Desember). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Dakwah Masjid Al Lathiif Dalam Akun @masjidallathiif. *e-Proceeding of Management*, 7, 7227-7235.
- Kurniasari, T. W. (2020, November). Marjinalisasi Pekerja Perempuan Sektor Informal Dalam Perspektif Hukum (Studi Kasus di Desa Teluk Wetan, Kecamatan Welahan, Kabupaten Jepara). *Jurnal Ilmu Hukum Reusam*, VIII, 100-118.
- Larasati, I. (2019). Gerakan Aliansi Laki-Laki Baru: Membongkar Konstruksi Maskulinitas untuk Mewujudkan Keadilan Gender. *Journal of Politic and Government Studies*, 211-220.

- Makruf, S. A., & Hasyim, F. (2022, Januari). Pemberdayaan Perempuan Melalui Gerakan Literasi Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02, 2274-4698.
- Manuaba, I. B. (2008). Memahami Teori Konstruksi Sosial. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 3, 221-230.
- Mardiyan, R., & Kustanti, R. E. (2016, Agustus). Kepuasan Pernikahan Pada Pasangan Yang Belum Memiliki Keturunan. *Jurnal Empati*, 5, 558-565.
- Mianti, N. M. (2017). Mencermati Permasalahan Gender dan Pengarusutamaan Gender (PUD) . *Journal of Anthropology*, 30-31.
- Munawarah, M., Wahyuni, S., & Elsera, M. (2020). PANDANGAN MASYARAKAT TENTANG PEREMPUAN YANG LAMBAT MENIKAH DI KOTA TANJUNGPINANG PROVINSI KEPULAUAN RIAU. *Student Online Journal*, 586-596.
- Ngangi, R. C. (2011). Konstruksi Sosial Dalam Realitas. *Jurnal ASE*, 1-4.
- Pansari, A., & Kumar, V. (2017). Customer engagement: the construct, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 3, 294-311.
- Perempuan, K. (2020). Perempuan dalam Himpitan Pandemi: Lonjakan Kekerasan Seksual, Kekerasan Siber, Perkawinan Anak, dan Keterbatasan Penanganan di Tengah COVID-19. *Catatan Tahunan*, 1-136.
- Prameswari, J., Hehanussa, D., & Salamor, Y. (2021, Maret). Kekerasan Berbasis Gender di Media Sosial. *Jurnal PAMALI*, 01, 55-61.
- Putri, D. (2012). Blaming The Victim: Representasi Perempuan Korban Pemerkosaan di Media Analisis Semiotika dalam Pemberitaan di Koran Suara Merdeka Desember 2011-Februari 2012. *Jurnal Interaksi*, 1, 1-15.
- Putri, D., & Lestari, S. (2015). Pembagian Peran dalam Rumah Tangga pada Pasangan Suami Istri Jawa. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 72-85.
- Putri, N., & Fatmariza. (2020, Agustus). Perempuan dan Kepemimpinan di Organisasi Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal of Civic Education*, 3, 267-277.
- Rahmania, N. Z., & Pamungkas, I. N. (2018, Oktober). Komunikasi Interpersonal Komunitas Online www.rumahtaaruf.com. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 03, 51-66.

- Rahmawati, A. (2018). Romansa dan Femininitas Dalam Film Remaja Indonesia: Sebuah Tinjauan Posfeminisme Transnasional. *Jurnal Perempuan*, 23, 43-62.
- Sari, R. N., & Siswono, T. Y. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Matematika Berbasis Media Sosial Instagram Pada Materi Lingkungan di DMP. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*, 9, 120-127.
- Sugiharto, I. (2014). Perempuan Muda dan Partisipasi Politik. *Jurnal Perempuan*, 1-10.
- Susanto, N. H. (2015). Tantangan Mewujudkan Kesetaraan Gender Dalam Budaya Patriarki. *Jurnal Kajian Gender*, 120-130.
- Theda, F. (2014). Representasi Perempuan dan Pergerakan Feminisme Dalam Media. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia.academia.edu*
- Wastawa, I. W., & Suwadnyana, I. W. (2021, April). Bias Gender Kapamangkuan Di Desa Mengesta Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan. *Jurnal Penelitian Agama Hindu*, 5, 54-72.
- Wastawa, I. W., & Suwadnyana, I. W. (2021, April). Bias Gender Kapamangkuan Di Desa Mengesta Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan. *Jurnal Penelitian Agama Hindu*, 5, 54-72.
- Wicaksono, D. K., & Wahyuni, I. I. (2021). STRATEGI PEMBENTUKAN CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @DEWIMANGROVESARI MELALUI TAGAR #MANGROVESARI. *e-Proceeding of Management*, 8, 7385-7400.
- Yatmaja, P. T. (2019). EFEKTIVITAS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT OLEH KELOMPOK SADAR WISATA (POKDARWIS) DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA BERKELANJUTAN. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan*, 10, 1-11.
- Yuliati, R. (2018). Woman leadership: Telaah kapasitas Perempuan sebagai Pemimpin. *Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, 1-16.
- Zammaro, G. (2020). Gender Differences in the Economic and Social Impact of the Covid-19 Pandemic. *Center for Economic and Social Research*.

Sumber Skripsi:

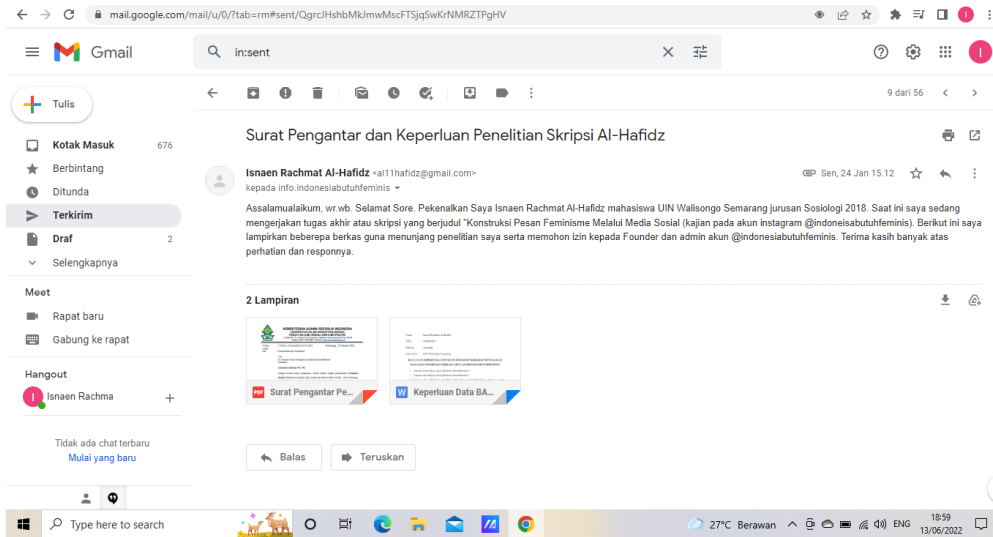
- Auliani, N. (2020). "Informasi Kesehatan Reproduksi (Kespro) dan Seksualitas Remaja di Media Sosial (Studi Akun Instagram @tabu.id)". *Skripsi*. FISIP, Sosiologi, UIN Walisongo, Semarang.
- Ayuningtyas, S. A. (2021). Tindakan Pemeliharaan Kesehatan Reproduksi Wanita Penyandang Polystic Ovary Syndrome (PCOS) MELALUI Media Instagram (Kajian Pada Akun Instagram @pcosfighterindonesia). *Skripsi*. FISIP. Sosiologi. UIN Walisongo, Semarang.
- Istiarohmi, L. (2020, Maret). "Cyberfeminism Sebagai Strategi Untuk Menciptakan Kesetaraan Gender Melalui Teknologi Komunikasi (Studi Etnografi Virtual Terhadap Akun Twitter Magdalene)". *Skripsi*. FISIP. Sosiologi. UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Pradina, S. (2019, Juli). Presepsi Perempuan Pesisir Tentang Peran Ganda (Studi Kasus: Di Tambak Lorok, Tanjung Mas Semarang). *Skripsi*. FISIP, Sosiologi, UIN Walisongo, Semarang
- Sarah, N. (2019). ANALISIS WACANA KRITIS PERSPEKTIF TEUN A. VAN DIJK TERHADAP MEDIA SOSIAL PADA AKUN INSTAGRAM @INDONESIATANPAPACARAN. *Skripsi*. Fakultas Usluhudin dan Filsafat, Aqidah dan Filsafat Islam, UIN SUNAN AMPEL, Surabaya.
- Sitairesmi, D. A. (2021, Juni). Konstruksi Maskulinitas dan Feminitas Dalam Diskusi Kasus Kekerasan Terhadap Perempuan Di Akun Instagram Komunitas Perempuan Berkisah. *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya*.

Sumber Internet:

- Bagaskara,dkk. (2020, April). *Bentuk Kepedulian Masyarakat dngan Pembagian Marker*. Semarang: <https://kkn.unnes.ac.id>.
- Bahar, A. (2018). *Survei: 46% Remaja Punya Lebih dari Satu Akun Instagram Pribadi, Kebanyakan Nggak Ngungkap Identitas Asli*. <https://hai.grid.id/read/07610011/survei-46-remaja-punya-lebih-dari-satu-.09akun-instagrampribadi-kebanyakan-nggak-ngungkap-identitas-asli-apa-.09alasan-nya?page=all>
- Demartoto, A. (2013). *Seks, Gender dan Seksualitas*. Solo: argyo.staff.uns.ac.id.
- Hootsuite. (2020). *Digital 2020: October Global Statshot*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-october-global-statshot>.

- Iswara, M. (2021). *Survei Feminisme: Tolak Label Feminisme, tapi Mendukung Isu Feminisme*. Jakarta: tirta.id.
- NapoleonCat. (2020, July). *Insagram User in Indonesia*. Retrieved from NapoleonCat.Com.
- PayScale. (2020). *The State of The Gender Pay Gap 2020*. <https://www.payscale.com/data/gender-pay>.
- Project, T. F. (2020). *Breaking Some States Show Alarming Spike in Women of Unemployment Claims*. <https://fullerproject.org/story/some-states-shows-alarming-spike-in-womens-share-of-unemployment-claims/> 32 Fast Company.
- Wulandari, R. (2018, Juni Kamis). *Perjalanan Munira Ahmed, Dari Woman's March Hingga Perlawanan Terhadap Poltik Identitas*. <https://www.femina.co.id>.

LAMPIRAN



Lampiran. 1: Permohonan izin penelitian dengan akun @indonesiabutuhfeminis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

Nama : Isnaen Rachmat Al-Hafidz
TTL : Semarang, 20 September 1999
Agama : Islam
Alamat : Jl. Sri Rejeki Utara XIV/29 Kel. Kalibanteng Kidul
E-Mail : al11hafidz@gmail.com
No Telp : 081395435711

B. Riwayat Pendidikan

SD Negeri Kalibanteng Kidul 03 (2012)
SMP Negeri 19 Semarang (2015)
SMA Negeri 14 Semarang (2018)
S1 UIN Walisongo – Sosiologi (2022)

C. Pengalaman Organisasi

HMJ Sosiologi UIN Walisongo Semarang (2019 - 2020)
DEMA FISIP UIN Walisongo Semarang (2020 - 2021)
UKM FISIP Sport Club (2020 - 2020)
Pilar PKBI Jawa Tengah (2021 - saat ini)
Karang Taruna Kalibanteng Kidul (2020 - saat ini)

Semarang, 11 Juni 2022

Isnaen Rachmat Al-Hafidz