

***CARING MASCULINITY* DI MEDIA SOSIAL: STUDI PADA AKUN INSTAGRAM**

@bapak2id

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Disusun Oleh:

Devi Mawaridu Syarifah

2106026148

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

2025

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : -

Hal : Persetujuan Bimbingan Naskah Skripsi

Kepda.
Yth. Dekan FISIP
UIN Walisongo Semarang
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Devi Mawaridu Syarifah
NIM : 2106026148
Jurusan : Sosiologi
Judul Skripsi : *Caring Masculinity* di Media Sosial: Studi Naratif Akun Instagram @bapak2id

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,


Prof. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum.
196201071999032001

Semarang, 12 Juni 2025
Pembimbing II,


Wiwit Rahma Wati, M.Pd
199305242020122004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
CARING MASCULINITY DI MEDIA SOSIAL: STUDI PADA AKUN INSTAGRAM
@BAPAK2ID

Disusun Oleh:
Devi Mawaridu Syarifah
(2106026148)

Telah dipertahankan di depan majelis penguji pada tanggal 25 Juni 2025 dan dinyatakan
LULUS.

Susunan Dewan Penguji,



Prof. Dr. Hj. Misbah Zulfah Elizabeth, M.Hum.
NIP. 198207132023211011

Sekretaris Sidang

Kaiser Atmaja, M.A.
NIP. 196201071999032001

Penguji Utama,

Naili Ni'matul Illivyun, M.A.
NIP. 199101102018012003

Pembimbing I

Prof. Dr. Hj. Misbah Zulfah Elizabeth, M.Hum.
NIP. 198207132023211011

Pembimbing II

Wiwit Rahma Wati, M.Pd
NIP. 199305242020122004

HALAMAN PERNYATAAN

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

Semarang, 12 Juni 2025
Yang bersangkutan,

Devi Mawaridu Syarifah
NIM. 2106026148

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunia-Nya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: "*Caring Masculinity* di Media Sosial: Studi Naratif Akun Instagram @bapak2id" Dengan banyaknya tantangan dalam penyusunan skripsi ini. Tak lupa penulis panjatkan sholawat serta salam kepada Rosulullah Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat nanti.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat dicapai dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Naili Ni'matul Illiyun, M.A., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum. & Ibu Wiwit Rahma Wati M.Pd., selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah berkenan serta bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Nur Hasyim, M.A., selaku dosen wali yang telah memberikan motivasi serta memberikan nasihat, dan arahan, sejak sebelum pengajuan judul penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen, tenaga pengajar dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah mendidik, memberikan ilmu, dan pengalaman serta membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Kedua orang tua tercinta penulis yaitu Ayah Mamat dan Mama Nani, serta Adik Kahfi yang senantiasa memberikan cinta, dukungan, arahan, doa, dan menjadi sumber utama semangat penulis selama masa perkuliahan dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman sekaligus sahabat penulis, Farida Untsa, Vina Citra, Thasfia Shabrina, Anggita Sofiyanti, Sulis Susilowati, Salamatul Lailil, Dea Ika, Layinatul K, Syafiah Dinah, yang menemani, mendampingi, serta memberikan dukungan selama kuliah hingga penyusunan skripsi ini.

9. SEVENTEEN yang memberikan dukungan emosional, menjadi penghibur, menjadi teman makan, sekaligus *moodbooster*, bagi penulis selama menyusun skripsi ini.
10. Tim akun Instagram @bapak2id yang telah memberikan kesempatan dan banyak bantuan dalam proses penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
11. Informan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga segala hal baik selalu menyertai dan menjadi bapak-bapak luar biasa bagi keluarga dan lingkungan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan pihak-pihak yang bersangkutan. Penulis menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan guna perbaikan lebih lanjut.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 12 Juni 2025
Yang bersangkutan,

Devi Mawaridu Syarifah
NIM. 2106026148

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Ayah Mamat & Mama Nani selaku inspirator kepenulisan skripsi ini, yang selalu mendoakan, mengusahakan, memberi dukungan untuk keberhasilan putrinya.

Tidak ternilai perjuangan yang telah diberikan hingga putrinya dapat sampai di tahap ini. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dukungan, arahan, dan nasihat yang tiada henti untuk diri penulis. Terima kasih untuk segala kepercayaannya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi pada perguruan tinggi S1. Semoga Allah senantiasa menaungi kedua orang tua penulis dengan kasih sayang-Nya, selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta umur panjang kepada mereka agar penulis mampu memberikan mereka kebahagiaan di hari tua mereka sebagaimana mereka memberikan penulis kebahagiaan di saat penulis kecil hingga sampai saat ini.

Almamater Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾
Qs. Al- Insyirah Ayat 5-6

ABSTRAK

Perubahan pandangan mengenai maskulinitas telah menciptakan ruang bagi munculnya konsep *caring masculinity*, yaitu bentuk maskulinitas yang menekankan pada empati, emosional, dan relasi. *Caring masculinity* mengacu pada peran pria yang memiliki rasa kepedulian untuk perubahan dan kesetaraan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena akun Instagram @bapak2id yang merepresentasikan peran ayah modern secara unik dan empatik, jauh dari stereotip maskulin tradisional. Melalui konten yang humoris namun sarat nilai-nilai pengasuhan, akun ini menyajikan narasi yang menggambarkan keterlibatan pria dalam ranah domestik. Penelitian ini berangkat dari pertanyaan tentang bagaimana narasi *caring masculinity* direpresentasikan, alasan kemunculannya, serta dampaknya terhadap pengikut akun tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi. Data dikumpulkan melalui observasi konten Instagram @bapak2id, wawancara dengan tim kreator, serta dokumentasi berbagai unggahan dan interaksi pengguna. Proses analisis dilakukan dengan merujuk pada teori representasi Stuart Hall, khususnya konsep *encoding* dan *decoding* dalam membongkar bagaimana makna *caring masculinity* dikonstruksi oleh kreator dan ditafsirkan oleh audiens. Analisis dilakukan dengan mereduksi dan menginterpretasi data visual dan teks yang tersedia secara publik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @bapak2id merupakan ruang representasi digital yang efektif dalam membentuk dan menyebarkan narasi *caring masculinity*. Akun ini berhasil menghadirkan bentuk maskulinitas peduli yang tidak bergantung pada dominasi, kekuatan fisik, atau jarak emosional, tetapi mengedepankan nilai kepedulian, empati, dan keterlibatan dalam kehidupan keluarga. Narasi tersebut dikemas melalui pendekatan visual yang santai, caption yang komunikatif, serta humor ringan sehingga membuat konten lebih mudah diterima oleh khalayak luas. Representasi ini memperlihatkan bagaimana pengelola akun melakukan proses *encoding* sebagaimana dijelaskan dalam teori representasi Stuart Hall, yaitu menyampaikan pesan tentang laki-laki yang peduli melalui simbol-simbol yang dapat dikenali dan dikaitkan oleh audiens. Selain itu, hasil *decoding* yang terlihat dari respons pengikut menunjukkan penerimaan dan pengaruh positif terhadap narasi *caring masculinity* ini. Pengikut dari berbagai latar belakang merespons konten dengan antusias melalui komentar, tanda suka, dan berbagi pengalaman pribadi. Mereka menganggap bahwa representasi laki-laki peduli tidak lagi tabu atau bertentangan dengan nilai maskulin yang selama ini dikonstruksi secara patriarkis. Banyak pengikut laki-laki yang mengungkapkan keinginan untuk mengambil peran lebih besar dalam pengasuhan anak dan membangun relasi emosional yang lebih kuat dengan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa @bapak2id tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang diskusi dan refleksi bagi laki-laki untuk membentuk identitas sosial baru di era digital.

Kata kunci: *Caring Masculinity*, Instagram, Representasi, Ayah, Media Sosial

ABSTRACT

Shifts in perspectives on masculinity have created space for the emergence of *caring masculinity*, a form of masculinity that emphasizes empathy, emotionality, and relational engagement. *Caring masculinity* refers to the role of men who demonstrate care, advocate for change, and support equality. This study is motivated by the phenomenon of the Instagram account @bapak2id, which uniquely and empathetically represents the role of modern fathers, departing from traditional masculine stereotypes. Through humorous yet value-laden parenting content, the account presents narratives that depict male involvement in the domestic sphere. This research seeks to answer how the narrative of *caring masculinity* is represented, the reasons behind its emergence, and its impact on the account's followers.

This study employs a qualitative approach with a netnographic method. Data were collected through content observation of Instagram @bapak2id, interviews with the creative team, and documentation of various posts and user interactions. The analysis process refers to Stuart Hall's theory of representation, particularly the concepts of encoding and decoding, to examine how the meaning of *caring masculinity* is constructed by the creators and interpreted by the audience. Data reduction and interpretation were conducted on publicly available visual and textual materials.

The findings show that Instagram @bapak2id serves as an effective digital representation space in shaping and disseminating the narrative of *caring masculinity*. The account successfully portrays a caring form of masculinity that does not rely on domination, physical strength, or emotional distance but rather emphasizes care, empathy, and active involvement in family life. This narrative is presented through relaxed visual approaches, communicative captions, and light humor, making the content more accessible to a broad audience. The representation illustrates how the account managers engage in the encoding process as outlined in Stuart Hall's theory, delivering messages about caring men through symbols recognizable and relatable to their audience. Furthermore, the decoding process, as observed in follower responses, indicates acceptance and positive influence toward the *caring masculinity* narrative. Followers from diverse backgrounds enthusiastically interact with the content through comments, likes, and sharing personal experiences. Many male followers express a desire to take a more significant role in childcare and build stronger emotional relationships within their families. This demonstrates that @bapak2id functions not only as an information medium but also as a space for discussion and reflection for men to shape a new social identity in the digital era.

Keywords: Caring Masculinity, Instagram, Representation, Fatherhood, Social Media

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metode Penelitian	15
H. Sistematika Penelitian.....	22
BAB II.....	23
<i>CARING MASCULITY, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, DAN TEORI REPRESENTASI</i> <i>STUART HALL</i>	23
A. <i>Caring Masculinity</i>	23
1. <i>Caring Masculinity</i> & Media Sosial Instagram.....	23
2. Media Sosial Instagram	30
3. Laki-laki Dalam Perspektif Islam	33
B. Teori Representasi Stuart Hall	36
1. Konsep Representasi Stuart Hall.....	36
2. Asumsi Dasar Teori Representasi	37
3. Istilah Kunci Representasi Stuart Hall	38
BAB III	41
AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BAPAK2ID	41
A. Media Sosial Instagram Sebagai Platform Komunikasi	41
1. Media Sosial sebagai Platform Komunikasi	41
2. Instagram sebagai Platform Komunikasi	41
3. Fitur dan Algoritma Instagram.....	42
4. Penggunaan Instagram sebagai Sarana Branding dan Komunitas.....	44

B. Profil Akun Instagram @bapak2id	46
1. Sejarah dan latar belakang pembentukan akun	46
2. Visi Misi Akun Instagram @bapak2id	46
3. Akun Instagram @bapak2id	47
4. Konten & Kegiatan akun Instagram @bapak2id.....	48
BAB IV	59
NARASI <i>CARING MASCULINITY</i> DI INSTAGRAM @BAPAK2ID DAN ALASAN PEMUNCULAN NARASI	59
A. Narasi Caring Masculinity dalam Akun Instagram @bapak2id	59
1. Representasi Caring Masculinity	59
2. Bentuk Narasi yang Dihadirkan oleh Akun Instagram @bapak2id.....	60
B. Alasan Pemunculan Narasi dalam Akun Instagram @bapak2id	70
1. Alasan Pemunculan Narasi	70
2. Narasi yang dihasilkan dari akun instagram @bapak2id	73
BAB V	78
DAMPAK YANG DIAKIBATKAN OLEH NARASI @BAPAK2ID TERHADAP PENGIKUTNYA.....	78
A. Gaya Hidup Dan Keseharian Pengikut	78
1. Perubahan Tindakan Komunikasi	78
2. Perubahan Serta Relevansi Konten Dalam Keseharian	82
B. Kesadaran Kritis Mengenai Representasi Media	86
1. Pemahaman Tentang Narasi Media Dan Identitas Gender	86
2. Dukungan Terhadap Representasi Yang Lebih Inklusif	91
BAB VI	96
PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	106
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten Edukasi Perhatian ke Istri.....	3
Gambar 1. 2 Konten Edukasi Mengantar Anak.....	4
Gambar 1. 3 Respon Followers Terhadap Konten.....	4
Gambar 1. 4 Respon Followers Terhadap Konten.....	4
Gambar 1. 5 Konten Edukasi.....	5
Gambar 3. 1 Data Pengguna Instagram 2025.....	45
Gambar 3. 2 Profil Instagram @bapak2id.....	49
Gambar 3. 3 Konten Edukasi Humor.....	50
Gambar 3. 4 Feeds Konten Edukasi.....	50
Gambar 3. 5 Blog Artikel @bapak2id.....	51
Gambar 3. 6 Blog Artikel @bapak2id.....	51
Gambar 3. 7 Blog Artikel @bapak2id.....	52
Gambar 3. 8 Blog Artikel @bapak2id.....	53
Gambar 3. 9 Blog Artikel @bapak2id.....	53
Gambar 3. 10 Blog Artikel @bapak2id.....	55
Gambar 3. 11 Blog Artikel @bapak2id.....	55
Gambar 3. 12 Blog Artikel @bapak2id.....	56
Gambar 3. 13 Kegiatan PERSAMI.....	57
Gambar 3. 14 Kegiatan PERSAMI.....	57
Gambar 3. 15 Kegiatan PERSAMI.....	57
Gambar 3. 16 Kegiatan PERSAMI.....	57
Gambar 4. 1 Konten Edukasi (Caption).....	61
Gambar 4. 2 Konten Edukasi (Caption).....	61
Gambar 4. 3 Konten Edukasi (Interaksi dengan followers).....	62
Gambar 4. 4 Konten Edukasi (Interaksi dengan followers).....	62
Gambar 4. 5 Konten Edukasi (Interaksi dengan followers).....	63
Gambar 4. 6 Konten Edukasi (Interaksi dengan followers).....	63
Gambar 4. 7 Konten Edukasi (Ilustrasi visual).....	65
Gambar 4. 8 Konten Edukasi (Ilustrasi visual).....	65
Gambar 4. 9 Konten Edukasi (Ilustrasi visual).....	66

Gambar 4. 10 Konten Edukasi (Ilustrasi visual).....	66
Gambar 4. 11 Konten Edukasi (Ilustrasi).....	67
Gambar 4. 12 Konten Edukasi (Ilustrasi).....	67
Gambar 4. 13 Konten Edukasi (Motivasi).....	69
Gambar 4. 14 Konten Edukasi (Motivasi).....	69
Gambar 4. 15 Konten Edukasi (Humor).....	72
Gambar 4. 16 Konten Edukasi (Humor).....	73
Gambar 4. 17 Konten Edukasi (Encoding).....	75
Gambar 4. 18 Konten Edukasi (Decoding).....	75
Gambar 4. 19 Konten Edukasi (Encoding).....	76
Gambar 4. 20 Konten Edukasi (Decoding).....	76

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 KRITERIA INFORMAN.....	19
TABEL 3.1 DATA AKUN @BAPAK2ID DAN JUMLAH PENGIKUTNYA.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Caring masculinity ini merupakan sebuah penolakan terhadap dominasi dan integrasi nilai-nilai yang berasal dari kepedulian emosi positif, saling ketergantungan, dan juga relasionalitas (Elliott, 2016). *Caring masculinity* mengacu pada peran pria yang memiliki rasa kepedulian untuk perubahan dan kesetaraan (Elliott, 2016). Konsep maskulinitas seringkali dikaitkan dengan stereotip gender tradisional seperti kekuatan fisik, dominasi, dan ketangguhan emosional (Suprpto, 2024). Hambatan budaya yang melekat pada konsep gender menjadikan laki-laki sulit untuk melakukan aktifitas dan menunjukkan sikap kepedulian seperti merawat (*caring*) untuk mengimplementasikan wujud maskulinitasnya, hal ini terjadi karena budaya patriarki membentuk pandangan terhadap peran gender tradisional dalam masyarakat. (Ilham, 2019). Komunitas CANTIK (Cowok-cowok Anti Kekerasan) setidaknya menjadi salah satu contoh representasi dari *caring masculinity*. Kelompok ini mendeklarasikan sebagai partner secara bersama-sama dalam menghapuskan kekerasan yang dilakukan oleh kaum laki-laki itu sendiri (Mustaqim, 2022). Seiring dengan perkembangan sosial dan kesadaran akan pentingnya kesetaraan gender, muncul konsep *caring masculinity*. Maskulinitas yang peduli atau *Caring masculinity* mengajak pria untuk menunjukkan sisi lembut, perhatian, dan keterlibatan dalam urusan keluarga serta keseharian yang sebelumnya dianggap sebagai tanggung jawab perempuan.

Kajian mengenai *caring masculinity* telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Dalam artikel oleh Roosi dan Minza (2017) disebutkan bahwa di daerah Gunungkidul, DIY menginisiasi adanya program laki-laki peduli dari Rifka Annisa Women Crissis Center bertujuan mendorong para suami yang ada di Gunungkidul yang mengubah karakter identitas mereka menjadi maskulinitas yang positif, yang tentu saja hal tersebut bersinggungan dengan konsep gender yang sebelumnya mereka anut (maskulinitas hegemoni). Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dimana dua subjek yang merupakan alumni dilibatkan dari Program Laki-Laki Peduli. Penelitian ini juga berisi bagaimana sugesti psikologis mengenai peran gender setelah perbedaan yang dialami mengenai konsep peran gender di dalam diri mereka (Roosi & Minza, 2017).

Media sosial sebagai teknologi yang penggunaannya tidak lepas dari masyarakat menjadi salah satu pengaruh dalam perkembangan manusia pada saat ini. Instagram menjadi

salah satu media sosial yang berperan banyak dalam penyebaran informasi. Sebagai contoh sosial media berupa Instagram, telah menjadi platform yang cukup berperan banyak dalam menyuarakan berbagai bentuk identitas dan peran gender yang berbeda. Dalam hal ini @bapak2id menjadi objek yang akan dikaji oleh peneliti. Akun Instagram @bapak2id berfokus pada kehidupan dan pengalaman ayah modern dan menjadi salah satu contoh menarik bagaimana konsep *caring masculinity* dipraktikkan serta dinarasikan. Akun ini menyajikan konten yang mendukung peran ayah atau suami sebagai sosok yang peduli dan terlibat aktif dalam rumah tangga serta sebagai sosok yang memiliki keterlibatan dalam pengasuhan anak. Sehingga membangun gambaran baru mengenai maskulinitas di masyarakat Indonesia.

Dalam wawancara pra-riset yang dilakukan oleh peneliti, akun @bapak2id ini dibentuk oleh sekumpulan “kawan lama” dari TK, SD, SMP, SMA, kuliah, sampai kerja yang kini telah menjadi bapak-bapak. Dibentuknya akun ini didasari oleh salah satu pendirinya yang ahli di bidang finansial, namun setelah dilakukan analisis lebih lanjut, topik finansial lebih banyak diminati oleh sebagian besar *followers* perempuan. Pada akhirnya tim @bapak2id memutuskan untuk mereduksi pasar yang kebanyakan dipahami oleh para bapak-bapak. Akun ini berdiri pada tanggal 13 Januari 2020, tepat satu bulan sebelum pandemi, dimana semua orang sedang fokus dengan gadget serta budaya *work from home* (WFH). Momentum inilah yang menjadikan tim @bapak2id menjadi fenomena internet saat itu. Media Instagram menjadi alat yang sangat berdampak dalam kelangsungan informasi yang diberikan oleh akun @bapak2id, terlebih penggunaannya yang praktis, akses yang mudah, ditambah topik yang diangkat oleh akun ini cukup menarik terutama bagi kaum laki-laki namun tetap ramah terhadap berbagai khalayak umum.

Akun @bapak2id secara eksplisit menyajikan kampanye dari *caring masculinity* namun tetap dalam ranahnya sebagai laki-laki atau bapak yang maskulin. Kekuatan fisik atau menjadi dominan tidak lantas menjadikan seorang laki-laki atau bapak menjadi apatis dalam memahami anggota keluarga, secara kepedulian bukan hanya sebagai pencari nafkah namun harus menjadi teman, pendengar yang baik bagi keluarga tercinta, serta aktif dalam mendukung dan memberikan perlindungan sebagai bahasa kasih sayang. Sehingga, *Caring masculinity* atau maskulinitas yang peduli bertujuan mendorong keterlibatan laki-laki dalam mengambil peran aktif serta menghentikan kekerasan terhadap perempuan, melalui pembentukan pemaknaan baru terhadap konsep maskulinitas dan peran sebagai ayah yang menantang norma sosial serta nilai-nilai patriarki. Akun Instagram @bapak2id mengklaim melalui bio nya yaitu “Agar Bapak2 se-Indonesia lebih disayang istri, anak, boss, orang tua, mertua, saudara, kerabat dan handai taulan” yang merupakan sebuah pernyataan yang menunjukkan adanya sisi untuk lebih

“peduli sekitar” terutama dalam hal urusan rumah tangga namun tetap tidak menghilangkan sisi maskulinitasnya sebagai seorang laki-laki.

Gambar 1. 1 Konten Edukasi Perhatian ke Istri



Sumber: Tangkapan Layar Postingan @bapak2id

Akun instagram @bapak2id pada dasarnya merupakan salah satu contoh platform yang didalamnya mengangkat humor sebagai media komunikasi. Akun ini juga merepresentasikan karakteristik maskulin yang peduli dimana mengemas maskulinitas yang tradisional dengan menonjolkan stereotip khas “bapak-bapak” seperti kepribadian yang santai, gaya humor “receh”, serta aktifitas seperti bekerja maupun olahraga serta beberapa tips dan trik yang menarik yang bisa dilakukan. Dalam akun ini juga diselengi oleh narasi yang menunjukkan kepedulian, baik terhadap lingkungan, keluarga, maupun komunitas sebagai alat untuk mengubah definisi maskulin agar lebih relevan dengan nilai-nilai modern yang ada. Humor yang digunakan dalam bahasa komunikasi akun ini menjadi efektif untuk memudahkan konstruksi maskulinitas yang kaku. Dengan permainan kata, meme, serta gambar, akun @bapak2id menciptakan *safe space* bagi pria untuk mengekspresikan sisi mereka yang peduli tanpa menghilangkan identitas maskulin.

Bapak-bapak selain menjalankan tugasnya sebagai seorang pencari nafkah, ia juga turut andil dalam pengurusan anak maupun pekerjaan yang sering distereotipkan dengan jenis kelamin wanita. Pada salah satu postingan Instagram yang ada di akun @bapak2id menunjukkan adanya keterlibatan bapak dalam mengantar anaknya dengan rasa sukacita sekaligus menjadi awal dobrakan baru mengenai dogma masyarakat dimana kepengurusan anak sepenuhnya merupakan tanggung jawab ibu. Namun pada hakikatnya mengurus anak adalah kewajiban kedua orang tua tidak hanya ibu namun juga ayah.

Gambar 1. 4 Konten Edukasi Mengantar Anak



Sumber Tangkapan Layar Instagram @bapak2id

Gambar 1. 3 Respon Followers Terhadap Konten



Sumber: Tangkapan Layar Instagram @bapak2id

Gambar 1. 2 Respon Followers Terhadap Konten



Sumber: Tangkapan Layar Instagram @bapak2id

Akun @bapak2id memiliki 1,6 juta pengikut yang sangat plural, tidak terbatas hanya satu gender saja (laki-laki). Namun, berbagai ras, agama, suku, gender, usia, dan suatu faham yang dianut. Akun ini secara tidak langsung memberi pernyataan bahwa para bapak-bapak meyakini bahwa *care* atau *caring* dalam hal ini menjelma sebagai *caring masculinity*

mengubah nilai-nilai maskulinitas tradisional seperti perlindungan dan kesediaan menjadi nilai-nilai yang relasional, saling bergantung, dan berorientasi pada perawatan. Ditelisik lebih jauh melalui postingan yang ada dalam akun Instagram @bapak2id, dapat diidentifikasi beberapa unggahan sebagai bentuk kepedulian tentang istri maupun anak, dimana mereka (bapak-bapak) meyakini bahwa bentuk peduli atau *caring* memberikan dampak seperti lebih merasa dicintai, diharapkan, dihormati, serta diinginkan.

Gambar 1. 5 Konten Edukasi



Sumber: Tangkapan Layar Instagram @bapak2id

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana konsep *caring masculinity* diterapkan dan direpresentasikan melalui narasi visual dan teks di akun Instagram @bapak2id. Instagram sendiri menyediakan berbagai fitur seperti kolom *like*, *comment*, *tag*, *followers*, *following*, notifikasi, *instastory preview* foto, dan video. Fitur tersebut memudahkan para penggunanya untuk mencari informasi yang relevan dengan minatnya. Dengan menganalisis unggahan-unggahan di akun ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih intens mengenai transformasi peran maskulin dalam konteks pengasuhan dan terlibat lebih dalam urusan rumah tangga, serta bagaimana media sosial berkontribusi dalam penyebaran dan normalisasi nilai-nilai *care masculinity* di kalangan pria.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana narasi *caring masculinity* ditampilkan dalam konten akun Instagram @bapak2id?
2. Mengapa narasi itu dimunculkan dalam konstruksi *caring masculinity* akun Instagram @bapak2id?
3. Bagaimana dampak yang ditimbulkan pada followers akun Instagram @bapak2id?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui bagaimana narasi *caring masculinity* ditampilkan dalam konten akun Instagram @bapak2id
2. Untuk mengetahui alasan narasi yang ditampilkan dalam konstruksi *caring masculinity* akun Instagram @bapak2id
3. Untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan pada followers akun Instagram @bapak2id

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang konsep *caring masculinity*, yang merupakan dimensi maskulinitas yang berfokus pada nilai-nilai empati, perhatian, dan keterlibatan emosional laki-laki dalam konteks keluarga dan masyarakat. Hal ini tentunya memberikan pemahaman baru dalam studi gender dan maskulinitas yang kontekstual dengan media sosial.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada teori komunikasi di media sosial, khususnya terkait dengan bagaimana narasi dan representasi maskulinitas konstruktif dikembangkan dan diterima. Hal ini penting untuk memahami bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai platform untuk membentuk persepsi gender di kalangan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap bentuk-bentuk maskulinitas yang lebih inklusif dan empatik, mengurangi stereotip negatif tentang peran laki-laki dalam keluarga dan masyarakat, khususnya melalui media sosial.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pengelola akun atau organisasi yang ingin mengembangkan kampanye media sosial terkait peran laki-laki dalam konteks keluarga dan sosial yang lebih positif dan suportif, seperti halnya akun @bapak2id yang berfungsi sebagai contoh nyata bagi kampanye serupa.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam rangka mengetahui cakupan kajian mengenai *caring masculinity* maka kajian pustaka akan ditinjau dari tiga konsep kunci. Dalam hal ini peneliti akan

membaginya menjadi tiga tinjauan yang meliputi; *caring masculinity*, media sosial, dan Instagram.

1. *Caring masculinity*

Kajian yang membahas *caring masculinity* telah dibahas oleh beberapa peneliti, seperti penelitian oleh Yamashita (2019), Scheibling (2020), Lund (2019), Cannito (2024), dan Lewington (2021). Kajian yang dilakukan oleh Yamashita, (2019) meneliti fenomena di mana beberapa pria mengadopsi karakteristik yang mereka anggap feminin, seperti menjadi peduli (*care*) dan emosional, untuk membedakan diri dari representasi tradisional maskulinitas yang sering dikaitkan dengan agresi dan dominasi. Studi ini menemukan bahwa meskipun para partisipan mengintegrasikan sifat-sifat feminin ke dalam identitas mereka, tindakan ini tidak menantang hierarki gender yang ada. Selanjutnya penelitian oleh Scheibling, (2020) meneliti komunitas "*dad bloggers*" di Amerika Utara, yaitu para ayah yang menggunakan media sosial untuk mendokumentasikan dan mendiskusikan pengalaman mereka sebagai orang tua. Melalui analisis postingan, observasi, dan wawancara, studi ini menemukan bahwa para "*dad bloggers*" menantang konsep maskulinitas tradisional dengan membentuk "*caring masculinity*" dan mengadopsi perspektif pro-feminis. Secara keseluruhan, mereka berhasil merekonstruksi peran ayah dan maskulinitas dengan cara yang mendorong kepedulian dan kesetaraan meskipun terdapat kontradiksi.

Berikutnya penelitian oleh Lund (2019), yang mengeksplorasi bentuk-bentuk dan implikasi potensial dari "maskulinitas baru" di universitas, serta hubungannya dengan maskulinitas hegemonik. Studi ini berfokus pada konteks Nordik, di mana kebijakan negara dan diskursus kesetaraan semakin mendukung inisiatif yang ramah terhadap peran ayah. "Maskulinitas baru" merujuk pada peningkatan keterlibatan pria dalam praktik pengasuhan, khususnya dalam peran sebagai ayah. Selanjutnya penelitian oleh Cannito (2024), membahas bagaimana program sosial membantu narapidana pria dalam menjalankan peran sebagai ayah. Penelitian menunjukkan bahwa sistem penjara secara struktural tidak memberikan ruang bagi para ayah untuk menjalankan peran sebagai orang tua. Maskulinitas di penjara lebih terkait dengan dominasi dan kontrol, menyulitkan narapidana untuk mengekspresikan kepedulian sebagai ayah, meskipun ada upaya program sosial untuk menjaga hubungan mereka dengan anak. Berikutnya penelitian oleh Lewington (2021), meneliti pengalaman pria yang menjadi ayah untuk pertama

kalinya. Studi ini menemukan bahwa para partisipan baik mematuhi maupun menantang ideal maskulin tradisional dalam peran keayahannya dengan berusaha menyeimbangkan antara menjadi penyedia utama dan terlibat secara emosional dalam pengasuhan anak.

2. Media Sosial

Kajian yang membahas media sosial telah dibahas oleh beberapa peneliti, seperti penelitian oleh Ardiansyah (2024), Pujiono (2021), Helmita dkk (2023), Dwistia (2022), dan Agustina (2020). Penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah (2024), menganalisis komunikasi politik dalam kampanye pemilu dengan pendekatan kualitatif, yang berfokus pada penggunaan strategi serta dampaknya di media sosial. Data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan praktisi kampanye politik dan analisis konten dari berbagai platform media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang efektif di media sosial mengikutsertakan penggunaan konten yang menarik, interaksi aktif dengan audiens, dan adaptasi pesan sesuai dengan karakteristik platform. Penelitian yang diteliti oleh Pujiono (2021), membahas media sosial apakah memungkinkan dapat digunakan sebagai salah satu media pembelajaran bagi gen Z. Media sosial saat ini merupakan aspek yang paling melekat dengan generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan menelaah berbagai sumber yang relevan terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi. edukasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya media sosial memenuhi kriteria sebagai sebuah media edukasi.

Penelitian selanjutnya yaitu oleh Helmita dkk (2023), kegiatan pemberian pemahaman Bijak Berinteraksi di Media Sosial di SMK Satu Nusa 3 Bandar Lampung dimaksudkan agar pelajar dapat berinteraksi melalui media sosial dengan bijak, Kegiatan pengabdian ini dilakukan guna memberikan pemahaman kepada pelajar akan dampak jika tidak bijak dalam bermedia sosial serta memberikan tip bagaimana cara bijak dan aman berinteraksi melalui media sosial. Penelitian berikutnya ditulis oleh Dwistia (2022), membahas penggunaan media sosial sebagai sarana dalam proses pembelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI). Penelitian ini menganalisis dampak positif dan negatif dari pemanfaatan media sosial dalam konteks pendidikan agama. Selanjutnya artikel yang ditulis oleh Agustina (2020), penelitian ini berguna untuk menggambarkan faktor yang menyebabkan suatu konten di media sosial menjadi viral, serta menganalisis

dampak dari fenomena viralitas tersebut. Temuan studi menunjukkan bahwa budaya berbagi (sharing culture) di kalangan pengguna media sosial merupakan salah satu faktor utama yang mendorong penyebaran konten secara masif.

3. Instagram

Kajian yang membahas tentang Instagram telah dibahas oleh beberapa peneliti. Seperti penelitian oleh Nurmansyah (2021), Andata dkk (2022), Adriany (2023), Feroza (2020), dan Rahayu (2020). Kajian yang dilakukan oleh Nurmansyah (2021) untuk mengidentifikasi bentuk perilaku serta motivasi mahasiswa Indonesia dalam menggunakan Instagram. Hasil analisis data mengungkapkan bahwa pengguna Instagram memiliki keterikatan emosional terhadap realitas yang mereka temui di platform tersebut. Selanjutnya artikel oleh Andata dkk (2022), untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media Instagram terhadap peningkatan kesadaran merek (*brand awareness*). Hasilnya penelitian menunjukkan bahwa variabel Instagram memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan *brand awareness* produk *skincare* “Somethinc” di kalangan pengguna media sosial Instagram.

Berikutnya artikel penelitian yang ditulis oleh Adriany (2023), ini berisi bagaimana peneliti melihat efektivitas pengelolaan konten media sosial PT Transportasi Jakarta, khususnya instagram dilakukan oleh PT Transportasi Jakarta terhadap *brand awareness* PT Transportasi Jakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat secara luas telah *aware* terhadap produk-produk layanan PT Transportasi Jakarta serta konten yang diproduksi saat ini memiliki keberagaman untuk menjangkau lebih banyak masyarakat. Berikutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Feroza (2020), bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun Instagram @yhoophii_official menjadi alat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan. Hasilnya, penggunaan Instagram sebagai media komunikasi dengan pelanggan, @yhoophii_official terbukti efektif dalam menciptakan interaksi yang lebih personal yang pada gilirannya mendukung keberhasilan strategi pemasaran mereka. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah & Rahayu (2020), mengkaji bagaimana pusat perbelanjaan mengelola konten di Instagram sebagai bagian dari strategi pemasaran dan komunikasi dengan pengunjung. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan konten media sosial, khususnya Instagram, terbukti efektif untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengunjung dan meningkatkan daya tarik pusat perbelanjaan.

Penelitian kali ini berbeda dengan beberapa penelitian di atas. yang membahas maskulinitas dalam konteks dunia nyata. Dimana penelitian yang dibahas peneliti

berfokus pada studi akun Instagram yang merupakan representasi maskulinitas di dunia maya. sedangkan penelitian ini lebih mengutamakan analisis konten dari platform media sosial. Penelitian ini juga menekankan pada representasi dan narasi maskulinitas peduli dalam media sosial sebagai ruang berbagi pengalaman. Perbedaan lainnya yaitu dalam menggunakan media sosial untuk digunakan untuk mencapai tujuan tertentu, kali ini media sosial digunakan dalam konteks dan fokus yang terdapat variasinya. Penelitian yang akan dilakukan ini berfokus tentang bagaimana maskulinitas yang peduli dibentuk dan disebarluaskan melalui media sosial. Perbedaan yang terakhir dalam penggunaan Instagram sebagai alat penyampaian konten yang kali ini fokus dan tema penelitiannya dititik beratkan pada representasi *caring masculinity* sebagai bentuk peran gender laki-laki. Melalui akun Instagram @bapak2id, jenis konten yang dianalisis, tujuan penelitian, serta audiens yang akan menjadi sasaran, dimana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki sasaran para pria atau ayah yang tertarik dengan narasi pengasuhan.

F. Kerangka Teori

1. Definisi konseptual

a. *Caring masculinity*

Hanlon (2012) mengemukakan, *caring masculinity* merujuk pada bentuk maskulinitas yang memadukan nilai-nilai perawatan, pengasuhan, dan empati ke dalam identitas laki-laki, serta bagaimana norma sosial secara langsung dapat memberi batas atau mendorong keterlibatan laki-laki dalam perawatan. Definisi lain yaitu *caring masculinity* menurut Elliott (2016), merupakan sebuah teori dimana identitas maskulin yang menolak dominasi dan sifat-sifat terkaitnya, merangkul nilai-nilai kepedulian seperti emosi positif, saling ketergantungan, dan relasionalitas. Elliot menyimpulkan *Caring Masculinity* sebagai bentuk penting keterlibatan pria dalam kesetaraan gender dan potensi praktik *caring* terhadap pria untuk mengarah kepada perubahan. Konsep *caring masculinity*, yaitu maskulinitas yang menekankan peran pria dalam ranah perawatan, serta penolakan terhadap dominasi dan integrasi nilai-nilai yang berasal dari kepedulian emosi positif, saling ketergantungan, dan juga relasionalitas.

Berdasarkan kedua ahli diatas *caring masculinity* merupakan sebuah upaya untuk mengajak pria menunjukkan sisi lembut, perhatian, dan

keterlibatan dalam urusan keluarga serta keseharian yang sebelumnya dianggap sebagai tanggung jawab perempuan menjadi tidak adanya batasan untuk perannya dalam tugas perawatan.

b. Media sosial

Media sosial menurut Brogan (2010), merupakan sebuah alat komunikasi yang menawarkan berbagai kemungkinan untuk menciptakan bentuk interaksi baru. Sedangkan menurut Dijk (2013), menyatakan bahwa media sosial sebagai platform yang berfokus pada eksistensi pengguna, menjadi fasilitas mereka dalam beraktifitas serta berkolaborasi. Media sosial juga dapat dilihat sebagai medium fasilitator *online* yang memperkuat hubungan antar pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial.

Berdasarkan definisi diatas media sosial dapat disimpulkan sebagai alat komunikasi yang berfokus pada pengguna yang juga sebagai fasilitas untuk menjembatani dalam berinteraksi secara sosial.

c. Instagram

Atmoko (2012) menjelaskan Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial dalam kategori media digital. Aplikasi ini memiliki fungsi yang serupa dengan Twitter dalam hal berbagi informasi, namun lebih menitikberatkan pada aspek visual melalui unggahan foto. Selain menjadi sarana komunikasi, Instagram juga berperan dalam memberikan inspirasi serta mendorong kreativitas penggunanya, berkat fitur-fitur yang memungkinkan pengguna mengedit foto agar tampak lebih menarik dan estetik. Sedangkan menurut Jubilee (2016), Instagram merupakan aplikasi media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video, di mana pengguna dapat mengambil gambar atau merekam video, menerapkan filter digital untuk memperindah tampilan visual, serta membagikannya ke berbagai platform jejaring sosial lainnya. Dari pendapat dua ahli diatas dapat diterangkan bahwa Instagram merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi video maupun foto yang didalamnya terdapat fitur untuk mengembangkan kreatifitas serta minat penggunanya.

2. Laki-laki dalam perspektif Islam

Al-Quran menyebutkan banyak hal tentang peran ataupun tugas spesifik laki-laki. Namun diantara sekian peran, yang paling dominan adalah peran mencari nafkah dan kepemimpinan. Al-Quran menyebutkan bahwa kedua hal ini adalah ranah utama tugas laki-laki. Allah SWT berfirman:

الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ
فَالصَّالِحَاتُ قَانِتَاتٌ لِّلْغَيْبِ بِمَا حَفِظَ اللَّهُ وَالَّتِي تَخَافُونَ نُشُوزَهُنَّ فَعِظُوهُنَّ وَاهْجُرُوهُنَّ فِي
الْمَضَاجِعِ وَاضْرِبُوهُنَّ فَإِنْ أَطَعْتُمْ فَلَا تَبْغُوا عَلَيْهِنَّ سَبِيلًا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيمًا كَبِيرًا ﴿٣٤﴾

"Laki-laki adalah pemimpin bagi perempuan, karena Allah telah melebihkan sebagian mereka (laki-laki) atas sebagian yang lain (perempuan), dan karena mereka (laki-laki) telah memberikan nafkah dari hartanya. Maka perempuan yang saleh adalah yang taat kepada Allah dan memelihara diri ketika suaminya tidak ada, karena Allah telah memelihara (mereka). Perempuan-perempuan yang kamu khawatirkan nusyuznya, maka nasihatilah mereka, pisahkanlah mereka di tempat tidur, dan (jika perlu) pukullah mereka. Tetapi jika mereka menaati kamu, maka janganlah kamu mencari-cari alasan untuk menyusahkannya. Sungguh, Allah Maha Tinggi, Maha Besar." (QS. An-Nisa [4]: 34)

Shihab (2002), menjelaskan bahwa istilah *qawwāmūna* tidak dimaksudkan sebagai bentuk dominasi mutlak laki-laki terhadap perempuan, melainkan sebagai penanggung jawab utama dalam keluarga. Kata ini berasal dari akar kata *qama* yang berarti “berdiri” atau “menegakkan”, yang mengandung makna pengawasan, perlindungan, dan tanggung jawab. Menurut Shihab, ayat ini menunjukkan bahwa laki-laki diberi tanggung jawab lebih besar karena dua alasan: mereka wajib memberi nafkah dan, secara umum, memiliki kekuatan fisik serta peran sosial yang mendukung fungsi tersebut (Shihab, 2002).

3. Teori Representasi

a. Konsep teori representasi menurut Stuart Hall

Representasi menurut Hall (1997), merupakan produksi makna konsep-konsep dalam pikiran melalui bahasa. Konsep dan bahasa merupakan hubungan yang memungkinkan manusia merujuk pada dunia 'nyata' yang berisi objek, orang, atau peristiwa, atau bahkan dunia imajiner yang berisi objek, orang, dan peristiwa fiksi. Representasi merupakan bagian penting dari proses dimana makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota suatu budaya, yang melibatkan penggunaan bahasa, tanda-tanda dan gambar yang mewakili atau merepresentasikan sesuatu. Secara garis besar Representasi

Hall (1997), menjelaskan kerangka konseptual yang digunakan dalam memahami bagaimana makna dan pemahaman tentang budaya di dunia. Makna dan pemahaman ini dihasilkan, dikomunikasikan, dan dipertahankan dalam bentuk simbol, gambar, atau tanda. Makna tidak muncul secara alami atau objektif, melainkan diciptakan, dikomunikasikan, dan dipertahankan. Dengan kata lain, representasi yang dihasilkan mampu membentuk suatu persepsi, identitas, dan hubungan sosial. Oleh karena itu, representasi memiliki tempat yang cukup krusial dalam studi budaya, "*Representation connects meaning and language to culture*" yang berarti bahwa representasi menghubungkan makna dan bahasa dengan budaya di mana ia berada (Hall, 1997).

b. Asumsi dasar representasi Stuart Hall

Asumsi dasar dari teori representasi yang dikemukakan oleh Hall (1997):

- 1) Representasi merupakan proses konstruksi makna, bukan merupakan cerminan realitas yang objektif. Representasi dibentuk melalui kerangka budaya, ideologi, serta praktik sosial.
- 2) Bahasa dan simbol sebagai sistem representasi, pada hakikatnya bahasa berfungsi sebagai sistem tanda yang merepresentasikan ide ataupun objek. Makna diproduksi melalui hubungan antar tanda dalam sistem semiotik.
- 3) Audiens tidak pasif dalam menerima makna, namun sebaliknya mereka terlibat dalam proses decoding, yang memungkinkan interpretasi yang berbeda dari pesan yang dikodekan.
- 4) Representasi selalu melibatkan kekuasaan yang dimana representasi disini dipengaruhi oleh struktur kekuasaan yang ada dalam masyarakat, menentukan apa yang dianggap penting, bagaimana hal tersebut direpresentasikan, serta siapa yang memiliki otoritas untuk merepresentasikan.

c. Istilah kunci representasi Stuart Hall

Hall (1972), mempergunakan istilah *encoding* dan *decoding* untuk menyatakan bahwa makna suatu teks terletak antara penulis dan pembaca teks tersebut. Berikut merupakan penjelasannya :

a) *Encoding*

Encoding sendiri adalah proses di mana makna-makna yang berasal dari realitas sosial dikonstruksikan dan dikemas oleh produsen pesan ke dalam bentuk simbolik, agar dapat dipahami oleh audiens dalam konteks komunikasi massa. Pesan ini diassumsikan sebagai suatu pesan mentah yang terjadi di lapangan, kemudian dikemas sedemikian rupa sehingga pesan tersebut bisa disalurkan pada sasaran. *Encoding* sebagai media proses dimana pembuat pesan mengisyaratkan makna tertentu ke dalam pesan menggunakan simbol, bahasa, serta kode yang tersedia dalam budaya. Contohnya sebuah kafe membuat iklan yang menampilkan kopi yang nikmat, dengan pemuda yang terlihat menikmati kopi dengan gesture yang meyakinkan.

b) *Decoding*

Decoding merupakan proses dimana pemirsa atau audiens memaknai atau membaca pesan yang telah di-*encode* oleh pembuat pesan. *Decoding* merupakan proses penafsiran kode oleh penerima pesan terhadap pesan yang diterima. Selanjutnya, audiens menerima pesan yang dikirim (*encoding*) dan menafsirkan berdasarkan perspektif mereka sendiri. Contohnya dari iklan kafe diatas dimaknai oleh orang-orang dengan bermacam-macam reaksi, seperti setuju sepenuhnya, sebagian setuju, atau menolak setuju dengan branding yang disampaikan iklan kafe tersebut.

Hall (1972), berpendapat bahwa ideologi dominan mempunyai *preferred reading* atau bacaan yang disukai (bacaan utama atas teks media). Dengan teori yang telah dikemukakan tersebut memuat tahapan dalam proses representasi yang akan mendukung penelitian *Caring Masculinity* di Media Sosial: Studi Naratif Akun Instagram @bapak2id, dimana teori representasi oleh Stuart Hall menyediakan kerangka untuk dipahami tentang bagaimana *caring masculinity* dikonstruksikan serta direpresentasikan melalui simbol-simbol media sosial (foto beserta caption) yang dirancang oleh pembuat konten.

Selanjutnya melalui proses *encoding* bagaimana pembuat konten menyusun makna dari konten yang diunggah @bapak2id melalui simbol, gambar atau *reels*, serta humor yang ditampilkan. Dalam tahap ini, peneliti akan

menggali data melalui tim akun @bapak2id yang merupakan si “pembuat pesan” dan bagaimana strategi dalam penyampaian pesan tersebut. Proses *encoding* juga meliputi di balik produksi makna narasi yang ingin ditunjukkan kreator akun @bapak2id, dalam hal ini dapat dilihat melalui caption yang diunggah. Proses yang terakhir yaitu *decoding*, dimana audiens dari akun disini yang akan menafsirkan pesan yang disampaikan dengan latar belakang yang cenderung berbeda. Media sosial memungkinkan audiens untuk merespons pesan melalui komentar, suka, dan berbagi. Proses ini dapat digunakan untuk meneliti bagaimana narasi tentang *caring masculinity* akan diterima atau ditolak.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian virtual dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Jenis penelitian virtual adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi pola-pola perilaku, kehidupan, dan relasi sosial dalam kehidupan dunia maya atau media sosial (Evelina, 2019) Metode kualitatif menurut Sugiyono (2013), adalah jenis penelitian yang melakukan penelitian di lingkungan objek alami, dengan peneliti sebagai alat utama yang memungkinkan peneliti untuk menggambarkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data dengan cermat. Sementara pendekatan Netnografi memungkinkan pengamatan partisipatif di lingkungan online untuk memahami lebih dalam cara individu dan kelompok berinteraksi dan berkomunikasi di dalamnya (Fatonah, 2023) Penelitian netnografi ini dengan cara menganalisis unggahan yang ada dalam instagram @bapak2id. Unggahan disini kemudian diamati bagaimana cara penyampaian pesan mengenai *care masculinity*. Selanjutnya penulis mengamati interaksi *followers* yang ada dalam unggahan-unggahan tersebut.

Penelitian yang menelaah komunitas *online* erat kaitannya dengan netnografi yang digunakan untuk menganalisa segala bentuk aktivitas maupun perilaku dan nilai-nilai dalam sebuah komunitas *online*. Netnografi dan Etnografi pada dasarnya memiliki prinsip yang sama dimana persamaan yang paling fundamental dari kedua metode ini adalah sama-sama menggarisbawahi pentingnya peran peneliti dan pentingnya sebuah konteks dalam menggambarkan kebudayaan online saat ini (Waruwu, 2020).

Netnografi menurut Robert V. Kozinets, (2002) mencakup prosedur yang terdiri dari enam tahap, yakni:

a) Perencanaan penelitian

Tahap ini dilakukan perumusan tujuan dan fokus penelitian, setelah itu menentukan data dan bentuk interaksi seperti apa yang akan diambil. Dalam tahapan ini peneliti menentukan tujuan penelitian, yaitu bagaimana konsep caring masculinity direpresentasikan dalam akun Instagram @bapak2id dengan merumuskan beberapa pertanyaan penelitian. Serta menentukan metode pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti.

b) *Entrée* (merujuk pada hak atau izin untuk mengakses dan bergabung dalam suatu kelompok atau komunitas tertentu)

Tahap ini mengidentifikasi dan mendapatkan akses ke komunitas daring yang sesuai untuk penelitian. Dalam hal ini mengidentifikasi Instagram sebagai platform utama sebagai akses operasi akun @bapak2id. Selanjutnya memahami budaya digital komunitas yang berinteraksi dalam akun tersebut yang pada penelitian ini yaitu kaum pria, bapak-bapak, atau pria yang sudah berkeluarga.

c) Pengumpulan data

Disini merupakan tahap mengumpulkan data melalui observasi, salinan komunikasi yang dimediasi *handphone*, serta interaksi dengan anggota atau pengikut Instagram @bapak2id. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan postingan, *caption*, *hashtag*, dan komentar di akun @bapak2id. Selanjutnya dilakukan observasi interaksi antar pengikut, serta menganalisis visual (gambar/video), narasi, serta *engagement metrics* (suka, bagikan, komentar) untuk melihat pola komunikasi dalam akun.

d) Interpretasi

Interpretasi dalam hal ini yaitu menganalisis dan menafsirkan data yang telah dikumpulkan untuk memahami makna dan pola interaksi dalam komunitas daring. Dalam hal ini, peneliti menganalisis bagaimana akun ini membentuk wacana caring masculinity di media sosial, mengidentifikasi pola dalam konten yang diposting misalnya, apakah lebih banyak menampilkan peran ayah dalam pengasuhan, emosi, atau edukasi, menganalisis respon audiens, serta menggunakan pendekatan naratif untuk

melihat bagaimana cerita-cerita yang dibagikan dalam akun ini membentuk makna baru tentang maskulinitas yang peduli.

e) Memastikan standar etika

Disini peneliti memastikan bahwa data yang digunakan sesuai dengan prinsip dan etika penelitian. Peneliti menggunakan data yang tersedia secara publik tanpa melanggar privasi pengguna. Wawancara yang dilakukan dengan pemilik akun mendapatkan persetujuan terlebih dahulu.

f) Representasi penelitian

Tahap ini yaitu menyajikan temuan penelitian dalam bentuk laporan akademik, artikel jurnal, atau presentasi. Dalam hal ini, peneliti menggunakan seluruh data di atas untuk kebutuhan karya tulis ilmiah (skripsi), serta memberikan refleksi kritis tentang bagaimana akun @bapak2id berperan dalam representasi maskulinitas peduli.

2. Sumber dan Jenis Data

a) Data Primer

Sumber data yang didapatkan peneliti secara langsung sekaligus sebagai data utama dalam penelitian. Dalam hal ini data yang diperoleh melalui wawancara dengan tim @bapak2id serta observasi.

b) Data Sekunder

Sumber data yang didapatkan peneliti secara tidak langsung dan berfungsi sebagai pelengkap guna mendukung data primer. Dalam hal ini data yang diperoleh melalui buku, jurnal, dokumentasi.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a) Observasi

Observasi ialah proses pengamatan terhadap aktivitas manusia dan pengaturan fisik secara sistematis yang dilakukan secara terus-menerus dari lokus kegiatan dan memiliki sifat alami guna menghasilkan suatu fakta (kenyataan) (Sugiyono, 2013) Selain itu observasi juga dapat diartikan sebagai proses pencatatan tingkah laku melalui pengamatan dan penglihatan secara langsung untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif dengan fokus penelitian (Syafiroh, 2023). Dalam hal ini peneliti akan menggunakan metode observasi non-partisipan, dimana *observer* tidak ambil bagian dalam peri kehidupan *observee*

(Kristina, 2024). Disini peneliti akan terlibat dalam proses analisis konten Instagram @bapak2id, peneliti juga akan mengamati aktivitas serta interaksi yang ada dalam konten Instagram @bapak2id melalui postingan, tagar, komen, *like*, *instastory*, *QnA*, serta live IG.

b) Dokumentasi

Penelitian yang akan diteliti oleh peneliti akan menggunakan studi dokumentasi. Studi dokumentasi sendiri merujuk pada segala bentuk catatan atau rekaman yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Dokumentasi sendiri mencakup berbagai materi tertulis seperti buku, artikel, laporan, arsip, foto, rekaman suara, dan video yang dapat memberikan informasi relevan tentang objek atau topik penelitian. Dalam penelitian, dokumentasi digunakan untuk memperkaya data, memberikan konteks, dan mendukung analisis dengan bukti yang lebih kuat (Sugiyono, 2013). Dalam proses ini peneliti melakukan tangkapan layar beberapa postingan Instagram @bapak@id.

c) Wawancara

Wawancara dapat dikatakan sebagai upaya pengumpulan data atau informasi yang bersifat primer (Kristina, 2024). Wawancara adalah proses komunikasi interaksional antara dua pihak, paling tidak salah satu pihak mempunyai satu tujuan antisipasi dan serius serta biasanya termasuk tanya jawab (Stewart & Cash, 2000). Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara semi-terstruktur. Menurut Sugiyono (2017), wawancara semi-terstruktur adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan pedoman wawancara yang terdiri dari beberapa pertanyaan pokok yang telah disusun sebelumnya, namun tetap memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk menggali jawaban responden lebih dalam. Dalam wawancara jenis ini, peneliti dapat mengajukan pertanyaan lanjutan atau pengembangan sesuai dengan respon yang diberikan oleh partisipan, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan komprehensif.

Teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposive*, dimana peneliti memilih sampel dari populasi yang ditentukan oleh peneliti semata (subyektif). Kriteria informan yang dipilih peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kriteria Informan

Informan	Kriteria
- Pemilik akun @bapak2id	- Pengelola atau tim kreator yang bertanggung jawab atas narasi dan konten di akun @bapak2id
	- Memiliki pemahaman tentang konsep maskulinitas yang ditampilkan dalam konten
	- Mampu menjelaskan tujuan, strategi, dan pesan yang ingin disampaikan melalui akun tersebut
- Followers/audiens akun @bapak2id	- Aktif berinteraksi dengan konten (sering memberikan komentar, like, atau membagikan konten)
	- Mengikuti akun minimal 6 bulan
	- Sudah berkeluarga (diutamakan)
	- Bisa memberikan perspektif tentang bagaimana konten memengaruhi cara pandang terhadap peran ayah dan maskulinitas

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menerapkan teknik reduksi data sebagai metode analisis yang kali bertujuan untuk mempertajam, mengelompokkan, mengarahkan, serta menyaring informasi yang tidak relevan. Proses ini dilakukan dengan cara mengorganisir data secara sistematis agar dapat ditarik kesimpulan akhir. Reduksi data dalam konteks ini tidak dimaknai sebagai proses kuantifikasi.

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini bersifat berkelanjutan dan dimulai sejak awal

penelitian, bahkan sebelum seluruh data terkumpul, sebagaimana tercermin dalam kerangka konseptual, rumusan masalah, dan metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini peneliti akan mereduksi data yang didapatkan melalui wawancara dan analisis akun Instagram @bapak2id. teknik *reduksi data* berfungsi untuk menyaring dan memfokuskan informasi yang relevan dari data yang kompleks, seperti unggahan dan interaksi di akun Instagram @bapak2id. Proses ini melibatkan identifikasi tema-tema utama, pengelompokan informasi yang serupa, serta penyusunan kategori yang mencerminkan makna dari setiap pesan yang disampaikan. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat meminimalkan data yang tidak relevan dan lebih mendalam dalam menganalisis representasi maskulinitas yang empatik dan peduli, yang muncul dalam konten-konten di akun tersebut.

Menurut Sugiyono (2017), tahapan dalam reduksi data pada penelitian kualitatif melibatkan beberapa langkah untuk menyaring dan menyusun data yang telah dikumpulkan agar lebih terfokus dan mudah dianalisis. Berikut adalah tahapan dalam proses *reduksi data* menurut Sugiyono:

1. Pemilahan Data

Pada tahap ini, peneliti memilih data yang relevan dengan fokus penelitian dan mengabaikan data yang tidak berkaitan. Pemilahan ini dilakukan dengan mempertimbangkan tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian yang ingin dijawab.

2. Pengelompokan Data

Setelah data dipilih, peneliti mengelompokkan informasi yang memiliki kesamaan atau relevansi. Data yang serupa dikelompokkan dalam kategori yang memudahkan analisis lebih lanjut.

3. Penyederhanaan Data

Data yang telah dikelompokkan kemudian disederhanakan untuk memudahkan pemahaman. Penyederhanaan ini melibatkan penghilangan informasi yang tidak perlu atau tidak langsung mendukung analisis.

4. Penyusunan Kategori

Pada tahap ini, peneliti menyusun kategori-kategori berdasarkan tema-tema yang muncul dari data. Kategori ini berfungsi sebagai dasar untuk analisis lebih

mendalam dan membantu peneliti untuk menemukan pola atau hubungan antar data.

5. Menentukan Fokus Analisis

Setelah data direduksi dan dikategorikan, peneliti menentukan fokus analisis dengan memperhatikan tema-tema utama yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Fokus ini akan menjadi pedoman dalam proses analisis lebih lanjut.

Tahapan ini memungkinkan peneliti untuk mengorganisir data secara sistematis, mengurangi informasi yang tidak relevan, dan menghasilkan temuan yang lebih jelas serta terfokus pada tujuan penelitian.

H. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini dimuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II *CARING MASCULITY*, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, DAN TEORI REPRESENTASI STUART HALL

Bab ini memuat penjelasan lebih lanjut mengenai *caring masculinity*, media sosial, Instagram, serta teori representasi menurut Stuart Hall.

BAB III AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BAPAK2ID

Bab ini dipaparkan tentang media sosial, instagram, serta profil akun instagram @bapak2id yang memuat sejarah pembentukannya, tujuan, serta strategi konten yang akan di posting.

BAB IV NARASI *CARING MASCULINITY* DI INSTAGRAM @BAPAK2ID DAN ALASAN PEMUNCULAN NARASI

Bab ini membahas bagaimana akun Instagram @bapak2id menghadirkan narasi *caring masculinity* serta narasi yang muncul di Instagram @bapak2id.

BAB V DAMPAK YANG DIAKIBATKAN OLEH NARASI @BAPAK2ID TERHADAP PENGIKUTNYA

Bab ini menjelaskan dampak yang ditimbulkan oleh narasi yang dibangun akun Instagram @bapak2id terhadap pengikutnya.

BAB VI PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran-saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

BAB II

CARING MASCULINITY, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, DAN TEORI REPRESENTASI STUART HALL

A. *Caring Masculinity*

1. *Caring Masculinity* & Media Sosial Instagram

a. Konsep *Caring Masculinity*

Caring masculinity menurut Elliot (2016), merujuk pada identitas maskulin yang menolak dominasi dan sifat-sifat terkaitnya, merangkul nilai-nilai kepedulian seperti emosi positif, saling ketergantungan, dan relasionalitas. Elliot menyimpulkan *Caring Masculinity* sebagai bentuk penting keterlibatan pria dalam kesetaraan gender dan potensi praktik *caring* terhadap pria untuk mengarah kepada perubahan. Konsep *caring masculinity*, yaitu maskulinitas yang menekankan peran pria dalam ranah perawatan, serta penolakan terhadap dominasi dan integrasi nilai-nilai yang berasal dari kepedulian emosi positif, saling ketergantungan, dan juga relasionalitas.

Caring masculinity menurut Hanlon (2012), berbeda dengan maskulinitas hegemonik yang cenderung tradisional. *Caring Masculinity* berputar di sekitar penggabungan emosi positif, relasional, saling bergantung dan penolakan terhadap dominasi dan sifat-sifat terkaitnya. Dalam konsep ini, konsep “kompetensi” tidak lagi dimaknai sebagai bentuk penguasaan atas keluarga atau keterampilan individu, melainkan sebagai kemampuan untuk merawat (*caring*), khususnya dalam hal pengasuhan anak. Nilai “rasa hormat” tidak lagi dikaitkan dengan ketakutan terhadap otoritas patriarkal, tetapi melebur dengan cinta dan kasih sayang. Sementara itu, “tanggungjawab” tidak diukur dari seberapa besar kontribusi finansial terhadap keluarga, melainkan keterlibatan dalam merawat dan menjaga kehidupan anak-anak. Bahkan “kebanggaan” tidak lagi didasarkan pada dominasi atau sikap maskulin yang konvensional, melainkan pada peran aktif pria dalam hal *caring* yang selama ini dianggap sebagai wilayah perempuan. Morrell & Jewkes (2011), juga menerangkan bahwa *caring masculinity* mengubah nilai-nilai maskulin tradisional seperti perlindungan menjadi nilai-nilai yang relasional, saling bergantung, dan berorientasi pada perawatan (*caring*).

Caring masculinity lebih jauh lagi merupakan salah satu bentuk penting dari keterlibatan laki-laki dalam kesetaraan gender, karena melakukan hal seperti merawat atau *caring* mengharuskan laki-laki untuk melawan hegemoni maskulinitas dan mengadopsi nilai-nilai serta karakteristik lembut yang tentunya bertentangan dengan norma maskulinitas tradisional. Hanlon (2012), dalam konteks konstruksi maskulinitas tradisional, kegiatan seperti merawat tidak termasuk didalam bagian dari maskulinitas, alasannya merawat didefinisikan sebagai tindak laku feminin serta perilaku merawat bagi kaum laki-laki dipandang sebagai posisi yang subordinat. Selain itu merawat atau *caring* dianggap sebagai sesuatu yang tidak dapat dilakukan oleh laki-laki. Mereka beranggapan bahwa melakukan perawatan atau *caring* sama saja dengan melepaskan kekuatan seperti gagasan dari maskulinitas tradisional, sehingga kegiatan merawat sulit diterima oleh sebagian laki-laki (Hanlon, 2012). Dengan hal ini, penolakan terhadap dominasi dalam *caring masculinity* ini berarti melepaskan hak istimewa dari hegemoni maskulinitas yang sebelumnya ada. Hal ini juga dianggap sebagai aksi yang cukup menjadi angin segar sebagai upaya dukungan dari kesetaraan gender.

b. Perkembangan Konsep *Caring Masculinity*

Caring masculinity dikembangkan oleh Elliot (2016), mulai muncul dalam studi kritis mengenai pria dan maskulinitas, secara khusus dalam lingkup literatur Eropa dimana pria sudah mulai mengadopsi bentuk-bentuk *caring masculinity*. Elliot memulai konsep dari *caring masculinity* ini dengan pertimbangan teori feminis mengenai kesetaraan gender. Selanjutnya Elliot memetakan keterlibatan pria dalam kesetaraan gender sejak tahun 1950-an dalam *Critical Studies on Men and Masculinities* (CSMM) dan pergeseran ke arah *caring masculinity* di Eropa saat ini.

Elliot (2016), melanjutkan dengan menguraikan beberapa kontribusi utama CSMM, termasuk maskulinitas hegemonik, fokus pada kehidupan sosial pria, maskulinitas, dan hambatan terhadap keterlibatan pria dalam kesetaraan gender. Elliot kemudian mengambil dari teori *care feminism* dimana isu-isu emosi, ketergantungan, dan relasionalitas muncul. Elliot menawarkan eksplorasi feminis tentang bagaimana maskulinitas dapat dikerjakan ulang menjadi identitas kepedulian daripada dominasi. Mengacu pada literatur ini, Elliot mengusulkan konsepsinya tentang *caring masculinity* yaitu sebuah teori

dimana identitas maskulin yang menolak dominasi dan sifat-sifat terkaitnya, merangkul nilai-nilai kepedulian seperti emosi positif, saling ketergantungan, dan relasionalitas. Kemudian Elliot menyimpulkan *care masculinity* sebagai bentuk penting keterlibatan pria dalam kesetaraan gender dan potensi praktik *caring* terhadap pria untuk mengarah kepada perubahan (Elliot, 2016).

Elliott (2016) dalam artikelnya *Caring Masculinities: Theorizing an Emerging Concept* memperkenalkan *caring masculinity* sebagai bentuk maskulinitas yang secara sadar menolak dominasi dan kekerasan, serta mengintegrasikan nilai-nilai perawatan sebagai pusat dari identitas laki-laki. Elliott berpendapat bahwa laki-laki tidak perlu menanggalkan maskulinitasnya untuk merangkul kepedulian; sebaliknya, mereka dapat membentuk identitas baru yang lebih relasional dan empatik. Ia melihat ini sebagai bentuk maskulinitas yang progresif, karena membuka peluang bagi laki-laki untuk keluar dari batasan kaku maskulinitas hegemonik tanpa kehilangan rasa harga diri sebagai laki-laki.

Elliot (2016), menjelaskan bahwa bentuk maskulinitas disini menawarkan alternatif dari maskulinitas hegemonik yang telah lama mendominasi struktur sosial. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya relasi yang setara dan empatik antara laki-laki dan perempuan, *caring masculinity* hadir sebagai bentuk maskulinitas yang menolak kekerasan, dominasi, serta ketimpangan gender. Pria dalam kerangka ini cenderung membangun identitas mereka melalui peran seperti merawat, mendukung, dan terlibat secara emosional, baik dalam kehidupan keluarga maupun sosial sebagai bagian dari redefinisi peran gender yang lebih inklusif dan progresif (Elliot, 2016).

Elliott juga menerangkan bahwa *caring masculinity* memiliki potensi yang besar dalam upaya menciptakan hubungan gender yang lebih adil. Dengan menolak dominasi dan keterpisahan emosional yang menjadi ciri maskulinitas tradisional, laki-laki dapat berkontribusi pada transformasi sosial yang lebih luas. Namun, Elliott (2016) juga memberikan peringatan bahwa *caring masculinity* tetap harus dikritisi, karena dalam beberapa kasus ia bisa bersifat normatif atau bahkan elitis. Misalnya, ketika hanya laki-laki dari kelas sosial tertentu yang mendapatkan pujian atas perilaku perawatan yang justru sudah

lama dilakukan oleh perempuan. Oleh karena itu, penting untuk tetap mempertanyakan dinamika kekuasaan di balik bentuk maskulinitas baru ini.

Selain itu, Hanlon (2012), dalam bukunya *Masculinities, Care and Equality* menjelaskan bahwa maskulinitas tradisional sering dikaitkan dengan nilai-nilai seperti kemandirian, kekuasaan, dan jarak emosional. Namun, seiring dengan berkembangnya tuntutan akan kesetaraan gender dan perubahan struktur sosial, laki-laki mulai mengambil peran lebih besar dalam aktivitas perawatan dan relasi emosional. Hanlon menekankan bahwa pergeseran ini memungkinkan bentuk maskulinitas yang lebih reflektif dan terbuka terhadap nilai-nilai yang sebelumnya dikaitkan dengan femininitas, tanpa sepenuhnya kehilangan identitas maskulin.

Dalam pandangan Hanlon, *caring masculinity* bukan sekadar bentuk maskulinitas yang “lebih lembut,” melainkan bentuk identitas yang terbentuk melalui keterlibatan aktif laki-laki dalam kerja-kerja perawatan, baik secara fisik maupun emosional. Ia melihat peran perawatan sebagai bagian penting dari kehidupan laki-laki kontemporer yang tidak dapat lagi diabaikan dalam pembentukan maskulinitas. Hanlon menjelaskan bahwa maskulinitas yang berakar pada perawatan tidak hanya membuka ruang bagi relasi yang lebih setara, tetapi juga menantang struktur dominasi yang melekat dalam relasi gender tradisional (Hanlon, 2012). Namun, ia juga mencatat bahwa transformasi ini sering kali berjalan lambat karena adanya resistensi kultural terhadap pelembutan identitas maskulin.

Baik Hanlon maupun Elliott sepakat bahwa *caring masculinity* tidak hanya mencerminkan perubahan perilaku, tetapi juga perubahan ideologis dalam cara laki-laki membayangkan dan menjalani identitas gender mereka. Namun, perbedaan mereka terletak pada fokus analisis: Hanlon lebih menekankan konteks sosial dan institusional seperti dunia kerja dan keluarga sebagai arena transformasi maskulinitas, sementara Elliott lebih fokus pada aspek teoritis dan normatif dari identitas maskulin itu sendiri. Keduanya memberikan kontribusi penting dalam membuka ruang wacana tentang kemungkinan hadirnya maskulinitas yang lebih setara, etis, dan empatik.

Dengan demikian, perkembangan konsep *caring masculinity* menurut Hanlon (2012), dan Elliott (2016), menunjukkan bahwa maskulinitas bukanlah entitas yang statis, melainkan konstruksi sosial yang selalu terbuka untuk

diperdebatkan dan dirundingkan kembali. Dalam konteks masyarakat kontemporer yang semakin menuntut kesetaraan dan keterlibatan emosional, *caring masculinity* menawarkan alternatif terhadap model maskulinitas lama yang keras dan berjarak. Namun, seperti yang ditegaskan oleh keduanya, perubahan ini harus diiringi dengan kesadaran kritis terhadap relasi kuasa yang masih berlangsung, agar transformasi gender benar-benar menuju keadilan dan kesetaraan.

c. *Caring Masculinity* dalam Masyarakat dan Media Sosial

Dalam masyarakat modern, terutama melalui media sosial terdapat pergeseran yang signifikan dalam representasi maskulinitas. Pria dengan karakter "*care* atau *caring*" menjadi sering ditampilkan sebagai respon kritik terhadap maskulinitas hegemonik yang menekankan dominasi dan ketidakpedulian emosional. Elliot (2016), mengemukakan *caring masculinity* adalah identitas maskulin yang menolak dominasi dan kekerasan, serta mengadopsi nilai-nilai seperti empati, interdependensi, dan relasionalitas. Maskulinitas ini dianggap sebagai bentuk keterlibatan pria dalam kesetaraan gender dan menawarkan potensi perubahan sosial yang berkelanjutan

Konsep *caring masculinity* semakin relevan dalam kehidupan masyarakat kontemporer, terutama di tengah meningkatnya kesadaran akan kesetaraan gender dan pentingnya empati dalam relasi sosial. Hanlon (2012), menjelaskan bahwa maskulinitas tidak selalu harus dikaitkan dengan dominasi, ketegasan, atau jarak emosional. Dalam konteks masyarakat modern, laki-laki mulai menunjukkan bentuk maskulinitas yang lebih terbuka terhadap nilai-nilai perawatan dan kedekatan emosional. Transformasi ini menunjukkan bahwa identitas maskulin dapat berkembang menjadi lebih reflektif dan peduli terhadap kesejahteraan orang lain, terutama dalam lingkup keluarga dan komunitas.

Hanlon (2012), menekankan bahwa bentuk maskulinitas yang berbasis pada kepedulian bukan sekedar strategi personal, melainkan bagian dari perubahan struktural yang berkaitan dengan dunia kerja dan relasi sosial. Dalam masyarakat saat ini, banyak laki-laki yang terlibat dalam pekerjaan perawatan, seperti keperawatan, pendidikan, dan pengasuhan anak. Partisipasi ini mengubah persepsi publik tentang peran gender. Menurut Hanlon (2012), keterlibatan laki-laki dalam ruang-ruang perawatan tidak hanya menentang

norma-norma gender tradisional, tetapi juga berpotensi merekonstruksi institusi sosial yang lebih inklusif dan setara.

Dalam masyarakat digital dan budaya media sosial, nilai-nilai *caring masculinity* menjadi semakin terlihat. Laki-laki kini lebih bebas mengekspresikan emosi, kasih sayang, dan kepedulian secara publik, terutama melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter. Hanlon (2012) menyadari bahwa representasi maskulinitas dalam ruang publik turut membentuk harapan sosial. Ketika media sosial menjadi ajang performatif, laki-laki yang menunjukkan sisi empatik mereka mendapat apresiasi dan dilihat sebagai model maskulinitas yang progresif. Namun, Hanlon juga mengingatkan bahwa ekspresi semacam ini harus dikaji secara kritis, karena bisa bersifat dangkal dan bersandar pada pencitraan.

Elliott (2016) memberikan pendekatan yang lebih teoritis terhadap *caring masculinity*, dengan menekankan bahwa bentuk maskulinitas ini tidak hanya menolak dominasi dan kekerasan, tetapi juga mengadopsi nilai-nilai etis seperti empati, perhatian, dan keterhubungan emosional. Ia melihat bahwa dalam masyarakat, laki-laki yang merangkul nilai-nilai ini menjadi simbol perubahan dan progresivitas gender. Elliott menggarisbawahi bahwa *caring masculinity* memungkinkan laki-laki untuk tetap mempertahankan identitas maskulin mereka sambil merangkul bentuk hubungan yang lebih suportif dan setara dengan orang lain.

Dalam konteks media sosial, Elliott melihat adanya potensi *caring masculinity* digunakan sebagai alat performatif untuk mendapatkan pengakuan sosial. Misalnya, laki-laki yang membagikan momen perawatan terhadap pasangan, anak, atau bahkan hewan peliharaan, sering kali mendapatkan respons positif dan dianggap sebagai “laki-laki baik” oleh audiens. Menurut Elliott (2016), fenomena ini mengandung ambivalensi. Di satu sisi, ia membuka ruang bagi representasi maskulinitas yang lebih beragam dan empatik; namun di sisi lain, ia berisiko menjadikan perawatan sebagai komoditas yang meningkatkan status sosial laki-laki, tanpa mengubah ketimpangan struktural yang mendasarinya.

Elliott juga menyoroti bagaimana media sosial dapat memperkuat atau justru melanggengkan ketimpangan gender melalui selektivitas representasi. Hanya laki-laki dari kelas sosial atau ras tertentu yang sering mendapatkan

pengakuan atas perilaku peduli mereka, sedangkan perempuan yang telah lama menjalani peran perawatan jarang mendapatkan apresiasi serupa. Dalam hal ini, *caring masculinity* bisa menjadi simbol sosial yang eksklusif. Oleh karena itu, Elliott (2016) menekankan pentingnya membaca dinamika ini dengan kritis agar narasi kepedulian benar-benar membawa dampak transformasi sosial yang menyeluruh.

Meski demikian, baik Hanlon maupun Elliott sepakat bahwa representasi *caring masculinity* di media sosial memiliki potensi untuk menormalisasi ekspresi emosional laki-laki. Dalam masyarakat yang selama ini menuntut laki-laki untuk "kuat" dan tidak menunjukkan kelemahan, media sosial dapat menjadi ruang alternatif untuk menunjukkan kerentanan dan empati. Hal ini secara tidak langsung membantu mengubah ekspektasi publik terhadap maskulinitas. Namun, sebagaimana dicatat Elliott (2016), penting untuk memastikan bahwa ekspresi tersebut bukan hanya simbolik, tetapi juga mencerminkan komitmen terhadap perubahan relasi gender di kehidupan nyata.

Kehadiran *caring masculinity* dalam masyarakat dan media sosial mencerminkan adanya negosiasi ulang atas norma maskulin yang sebelumnya dominan. Hanlon menekankan bahwa transformasi ini tidak bisa dilepaskan dari konteks struktural yang lebih luas, seperti kebijakan publik, budaya kerja, dan institusi keluarga. Sementara itu, Elliott mendorong pembacaan kritis terhadap bagaimana nilai-nilai perawatan dapat menjadi bagian dari proyek identitas laki-laki yang baru, sekaligus menghindari jebakan performativitas. Keduanya menyarankan bahwa *caring masculinity* harus selalu ditempatkan dalam analisis relasional dan historis agar tidak direduksi menjadi tren sementara.

Dengan demikian, *caring masculinity* dalam masyarakat dan media sosial merupakan fenomena kompleks yang melibatkan perubahan nilai, struktur, dan representasi. Hanlon dan Elliott mengajak kita untuk memahami bentuk maskulinitas ini sebagai bagian dari transformasi sosial yang sedang berlangsung—sebuah perubahan yang penuh potensi, tetapi juga sarat tantangan. Jika disertai dengan refleksi kritis dan komitmen terhadap keadilan gender, maka *caring masculinity* dapat menjadi kekuatan yang mendorong terciptanya masyarakat yang lebih inklusif, peduli, dan setara.

2. Media Sosial Instagram

a. Konsep media sosial

Dijk (2013) mengungkapkan bahwa media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna, yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Media sosial dapat dilihat sebagai media online yang memperkuat hubungan antar pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial. Dijk (2013), juga mengidentifikasi beberapa komponen utama dalam media sosial:

1) Jaringan (*network*)

Merupakan infrastuktur yang menghubungkan pengguna melalui perangkat keras dan lunak yang didalamnya memungkinkan adanya komunikasi dan pertukaran data. Contohnya adalah koneksi pengguna di Facebook, pengikut di Instagram, dan koneksi LinkedIn.

2) Informasi (*information*)

Konten yang diciptakan dan dibagikan oleh pengguna, mencerminkan identitas dan interaksi mereka di platform. Contohnya postingan, cerita (*story*), cuitan (*tweet*), dan video Tiktok.

Arsip (*archive*)

Kemampuan media sosial untuk menyimpan informasi yang dapat diakses kembali kapan saja dan memungkinkan pelacakan dan dokumentasi aktivitas. Contohnya riwayat posting, komentar lama, atau pesan yang tersimpan di *cloud*.

3) Interaksi (*interactivity*)

Fitur yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dan berkolaborasi secara langsung, seperti komentar, pesan, dan reaksi. Contoh suka (*like*), membalas (*reply*), *mention*, pesan grup (*grup chat*), komentar langsung (*live comment*)

4) Simulasi sosial (*simulation of society*)

Representasi kehidupan sosial dalam dunia virtual, dimana pengguna membentuk komunitas dan norma sosial secara *online*. Contohnya avatar di *game*, persona di Instagram, komunitas *online* seperti fandom.

5) Konten buatan pengguna (*user-generated content*)

Konten yang dibuat dan dibagikan oleh pengguna, bukan oleh institusi media tradisional, menciptakan partisipasi aktif dalam produksi informasi. Contohnya vlog Youtube, Tiktok *challenge*, *thread* Twitter.

b. Media sosial instagram

Menurut Atmoko (2012), Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial dalam kategori media digital. Instagram selain menjadi sarana komunikasi, juga berperan dalam memberikan inspirasi serta mendorong kreativitas penggunanya, berkat fitur-fitur yang memungkinkan pengguna mengedit foto agar tampak lebih menarik dan estetik. Aplikasi Instagram memiliki beberapa menu utama yaitu (Atmoko, 2012):

1) *Home Page*

Halaman utama menampilkan linimasa foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.

2) *Search*

Untuk memudahkan pengguna melakukan pencaharian pada akun pengguna lainnya atau pencaharian pada foto-foto yang sedang populer.

3) *Camera*

Dengan menu ini pengguna dapat langsung memotret dan mengunggah foto atau video ke Instagram dengan berbagai efek yang disediakan didalam aplikasi tersebut.

4) *Profile*

Di halaman profil kita bisa mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu diri kita maupun orang lain sesama pengguna.

5) *News Feed*

Fitur ini menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

Atmoko (2012), juga menyebutkan bahwa daya tarik utama Instagram terletak pada kesederhanaannya dalam membagikan momen secara visual. Pengguna dapat menyajikan kehidupan mereka dalam bentuk gambar estetik yang dikurasi secara pribadi. Hal ini menciptakan rasa kepemilikan dan keterlibatan emosional terhadap konten yang diunggah. Instagram juga menyediakan fitur-fitur sosial seperti like, komentar, dan tagar (#), yang memperkuat interaksi dan

membangun komunitas digital. Karena itu, Instagram berkembang pesat sebagai bagian penting dari budaya populer digital.

Fitur untuk mengunggah foto kerap kali diisi dengan beberapa bagian, diantaranya ada (Atmoko, 2012):

1) *Caption*

Membuat judul atau caption foto lebih bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada foto tersebut.

2) *Hashtag*

Hashtag adalah suatu label berupa suatu kata yang diberi awalan *symbol* bertanda pagar (#). Fitur pagar ini penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan label tertentu.

3) *Geotag* (Lokasi)

Instagram memaksimalkan teknologi ini dengan menyediakan fitur lokasi. Sehingga setiap foto yang diunggah akan menampilkan lokasi dimana pengambilannya.

4) *Share*

Instagram juga menyediakan fitur *share* ke media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter dan lainnya.

Meskipun Instagram dikenal sebagai platform untuk berbagi foto, sebenarnya aplikasi ini juga berfungsi sebagai jejaring sosial. Hal ini karena pengguna dapat saling berinteraksi satu sama lain. Terdapat berbagai aktivitas yang bisa digunakan di Instagram, diantaranya (Atmoko, 2012):

1) *Follow* (mengikuti)

Fitur mengikuti ini memungkinkan pengguna untuk mengikuti akun orang lain. Saat mengikuti seseorang, semua postingan terbarunya muncul di linimasa pengguna. Ini membangun koneksi satu arah, tetapi bisa menjadi dua arah jika saling mem-follow.

2) *Like* (menyukai)

Pengguna dapat menekan ikon hati pada postingan (foto atau video) sebagai tanda menyukai konten tersebut. Jumlah like atau suka bisa menunjukkan seberapa populer atau menarik suatu postingan.

3) *Comment* (komentar)

Fitur ini memungkinkan pengguna menanggapi postingan orang lain secara tertulis. Komentar bisa menjadi sarana komunikasi, diskusi, atau bahkan promosi dalam interaksi sosial.

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang dirancang untuk membagikan foto maupun video kepada pengguna lainnya. Saat ini, aplikasi ini sangat populer dan digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Setiap pengguna memiliki kebebasan dalam mengelola akun mereka, seperti mengikuti pengguna lain atau menyukai konten yang dibagikan. Aplikasi ini dapat diakses melalui perangkat Android, iOS, bahkan Windows.

Instagram juga berfungsi sebagai medium pembentukan identitas diri. Pengguna secara selektif membagikan aspek-aspek tertentu dari hidup mereka untuk membangun citra tertentu di mata publik. Proses ini melibatkan kurasi visual dan naratif, di mana pengguna memilih foto, sudut pandang, filter, dan caption yang menggambarkan kepribadian atau gaya hidup yang ingin ditampilkan. Dengan demikian, Instagram bukan hanya ruang berbagi, tetapi juga ruang representasi dan konstruksi sosial dari identitas digital (Atmoko, 2012).

3. Laki-laki Dalam Perspektif Islam

Al-Quran menyebutkan banyak hal tentang peran ataupun tugas spesifik laki-laki. Namun diantara sekian peran, yang paling dominan adalah peran mencari nafkah dan kepemimpinan. Al-Quran menyebutkan bahwa kedua hal ini adalah ranah utama tugas laki-laki. Allah SWT berfirman:

الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ ۚ فَالصَّالِحَاتُ قَنِيتٌ ۚ حَفِظْنَ لِلْغَيْبِ بِمَا حَفِظَ اللَّهُ ۚ وَالَّتِي تَخَافُونَ نُشُوزَهُنَّ فَعِظُوهُنَّ وَاهْجُرُوهُنَّ فِي الْمَضَاجِعِ وَاضْرِبُوهُنَّ فَإِنْ أَطَعْنَكُمْ فَلَا تَبْغُوا عَلَيْهِنَّ سَبِيلًا ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيمًا كَبِيرًا ﴿٣٤﴾

”Laki-laki adalah pemimpin bagi perempuan, karena Allah telah melebihkan sebagian mereka (laki-laki) atas sebagian yang lain (perempuan), dan karena mereka (laki-laki) telah memberikan nafkah dari hartanya. Maka perempuan yang saleh adalah yang taat kepada Allah dan memelihara diri ketika suaminya tidak ada, karena Allah telah memelihara (mereka). Perempuan-perempuan yang kamu khawatirkan nusyuznya, maka nasihatilah mereka, pisahkanlah mereka di tempat tidur, dan (jika

perlu) pukullah mereka. Tetapi jika mereka menaati kamu, maka janganlah kamu mencari-cari alasan untuk menyusahkannya. Sungguh, Allah Maha Tinggi, Maha Besar." (QS. An-Nisa [4]: 34)

Ayat ini menjelaskan bahwa laki-laki (suami) diberi tanggung jawab sebagai pemimpin dalam rumah tangga. Kepemimpinan ini bukan berarti superioritas mutlak, melainkan tanggung jawab untuk mengayomi, melindungi, dan memenuhi kebutuhan keluarga (Shihab, 2002). Dalam ayat ini juga menjelaskan sikap suami apabila istri didapati membangkang dengan perintah Allah SWT sekaligus dirinya, hendaknya suami menasihati mereka pada saat yang tepat dan dengan kata-kata yang menyentuh, sehingga tidak menimbulkan kejengkelan. Apabila nasihat belum mengakhiri pembangkangannya maka tinggalkanlah dalam artian bukan meninggalkan rumah tetapi memalingkan wajah dan membelakangi saat ditempat tidur. Selanjutnya tidak mengajak bicara pada mereka paling lama tiga hari berturut-turut untuk menunjukkan rasa ketidakbutuhanmu pada mereka (Shihab, 2002). Hal ini menunjukkan adanya segmentasi *caring masculinity*, dimana agama Islam juga menentukan bagaimana laki-laki atau suami bersikap kepada perempuan atau istri mereka dengan lemah lembut sehingga tidak menimbulkan perpecahan diantara keduanya. Dalam ayat ini juga memberitahukan secara bertahap bagaimana ketegasan suami sebagai kepala rumah tangga namun juga sebagai tameng pertahanan rumah tangga.

Shihab (2002), menjelaskan bahwa istilah *qawwāmūna* tidak dimaksudkan sebagai bentuk dominasi mutlak laki-laki terhadap perempuan, melainkan sebagai penanggung jawab utama dalam keluarga. Kata ini berasal dari akar kata *qama* yang berarti “berdiri” atau “menegakkan”, yang mengandung makna pengawasan, perlindungan, dan tanggung jawab. Menurut Shihab, ayat ini menunjukkan bahwa laki-laki diberi tanggung jawab lebih besar karena dua alasan: mereka wajib memberi nafkah dan, secara umum, memiliki kekuatan fisik serta peran sosial yang mendukung fungsi tersebut (Shihab, 2002).

Istilah *qawwāmūna* dalam Tafsir al-Jalalain diartikan sebagai orang yang mengatur urusan dan bertanggung jawab atas perempuan. Jalaluddin al-Mahalli dan Jalaluddin as-Suyuthi menjelaskan bahwa kepemimpinan ini diberikan kepada laki-laki karena dua sebab utama: pertama, karena Allah memberikan kelebihan kepada mereka atas perempuan; dan kedua, karena laki-laki memiliki kewajiban memberi nafkah dari hartanya kepada perempuan. Dengan demikian, kepemimpinan laki-laki bukan semata-

mata karena jenis kelamin, melainkan karena tanggung jawab dan peran sosial-ekonominya (Al-Mahali, 2003)

Jalaluddin al-Mahalli dan Jalaluddin as-Suyuthi juga menjelaskan bahwa kelebihan laki-laki atas perempuan mencakup beberapa aspek yang sesuai dengan kondisi sosial saat itu, seperti kekuatan fisik, kemampuan dalam memberi nafkah, serta tanggung jawab dalam urusan publik dan rumah tangga. Namun, tafsir ini tidak menyatakan bahwa laki-laki lebih mulia secara mutlak dibanding perempuan. Kelebihan ini bersifat fungsional dan kontekstual, berkaitan erat dengan pembagian peran sosial dan ekonomi dalam rumah tangga. Maka dari itu, laki-laki diberi amanah untuk memimpin dan mengatur rumah tangga, bukan untuk menindas atau menguasai (Al-Mahali, 2003).

Shihab (2002), menekankan bahwa kepemimpinan laki-laki tidak boleh diartikan sebagai legitimasi untuk bersikap otoriter. Sebaliknya, ia harus dijalankan dengan prinsip keadilan, kasih sayang, dan penghormatan terhadap perempuan. Tugas sebagai *qawwam* harus dilandasi oleh tanggung jawab moral dan spiritual, bukan sekadar hak kuasa. Jika seorang laki-laki tidak menjalankan fungsi ini dengan benar, maka posisi kepemimpinannya pun menjadi cacat secara etika Islam. Dengan demikian, Islam tidak memberi ruang bagi tirani dalam rumah tangga, melainkan mendorong harmoni berbasis tanggung jawab dan kasih.

Al-Mahali, (2003) juga mengisyaratkan bahwa kepemimpinan laki-laki dalam keluarga bersifat bersyarat, yakni selama ia menjalankan kewajiban utamanya, seperti memberi nafkah dan berlaku adil. Apabila seorang laki-laki gagal menjalankan tanggung jawab tersebut, maka legitimasi kepemimpinannya dapat dipertanyakan secara moral dan spiritual. Ayat ini justru memperkuat konsep tanggung jawab dan keadilan dalam Islam. Laki-laki harus memimpin dengan kasih sayang dan keadilan, bukan dengan kekerasan atau dominasi. Peran ini lebih merupakan amanah daripada hak istimewa.

Agama Islam yang tuntunan-tuntunannya sesuai dengan fitrah manusia mewajibkan suami untuk menanggung biaya hidup istri dan anak-anaknya. Kewajiban itu diterima dan menjadi kebanggaan suami, sekaligus menjadi kebanggaan istri yang dipenuhi kebutuhan dan permintaannya oleh suami, sebagai tanda cinta kepadanya. Tuntutan ini tidak hanya bersifat material, melainkan juga mengandung dimensi afektif dan simbolik, dimana pemenuhan kebutuhan keluarga oleh suami dipahami sebagai bentuk kasih sayang, tanggungjawab, dan kehormatan (Shihab, 2002)

Dalam konteks pemenuhan kebutuhan istri secara ekstrim dan berlebihan, pakar hukum Islam, Ibnu Hazm berpendapat bahwa pada dasarnya wanita tidak berkewajiban melayani suaminya dalam hal menyediakan makanan, menjahit, dan sebagainya. Justru sang suamilah yang berkewajiban menyiapkan untuk istri dan anak-anaknya pakaian dan makanan yang siap dimakan (Shihab, 2002). Didalam konteks ini, peran suami tidak semata dilihat sebagai otoritas patriarkal, melainkan sebagai figur pelindung dan perawat (*caregiver*) yang menjalankan peran domestik dalam batas-batas tertentu. Seperti yang dikemukakan dalam *caring masculinity*, dimana peran utama laki-laki tidak digantikan karena mengerjakan tugas domestik rumah tangga yang biasanya dilakukan oleh istri atau ibu.

B. Teori Representasi Stuart Hall

1. Konsep Representasi Stuart Hall

Hall (1997), memandang representasi sebagai proses penting dalam produksi makna, di mana konsep-konsep dalam pikiran manusia disampaikan melalui sistem bahasa. Dalam hal ini, representasi bukan sekadar kegiatan meniru atau mencerminkan realitas, melainkan sebuah cara untuk menciptakan makna melalui hubungan antara konsep mental dan simbol-simbol bahasa seperti kata, gambar, atau tanda. Representasi memungkinkan individu untuk merujuk pada hal-hal yang ada di dunia nyata, seperti benda, orang, dan peristiwa, maupun pada dunia fiksi yang bersifat imajiner, di mana hal-hal yang tidak nyata sekalipun dapat dimaknai dan dikomunikasikan.

Dalam kerangka pemikiran Hall, representasi bukanlah proses yang netral. Ia merupakan bagian dari cara budaya bekerja, menghasilkan, membentuk, dan menyebarkan makna. Melalui representasi, anggota suatu budaya saling bertukar pengertian dan makna, karena mereka berbagi kode, simbol, dan sistem bahasa yang sama. Bahasa dalam hal ini berperan sebagai media utama dalam sistem representasi, di mana tanda-tanda (baik berupa kata, gambar, maupun simbol visual lainnya) digunakan untuk menyampaikan dan membentuk pemahaman kolektif tentang dunia.

Makna yang muncul melalui representasi tidak bersifat tetap atau alamiah. Makna-makna tersebut dibentuk secara sosial, dipelajari melalui kebudayaan, dan diinterpretasikan secara kontekstual. Oleh karena itu, makna bukanlah sesuatu yang secara otomatis melekat pada objek atau fenomena, melainkan hasil dari praktik

representasional yang berlangsung di dalam struktur budaya. Representasi berperan aktif dalam membentuk cara kita melihat dan memahami dunia, serta bagaimana kita membangun persepsi terhadap diri sendiri, kelompok lain, dan relasi sosial yang lebih luas.

Secara lebih dalam, Hall menekankan bahwa representasi adalah proses simbolik yang tidak hanya menyampaikan makna, tetapi juga mempertahankan dan mereproduksi sistem pemahaman dalam suatu masyarakat. Representasi memungkinkan terbentuknya identitas sosial, persepsi terhadap perbedaan (*difference*), dan hierarki dalam struktur sosial. Oleh sebab itu, representasi bukan sekadar alat komunikasi, melainkan juga arena di mana kekuasaan, ideologi, dan kontrol terhadap makna dipertarungkan.

2. Asumsi Dasar Teori Representasi

Representasi merupakan proses penting dalam produksi dan pertukaran makna di antara anggota suatu budaya. Ini melibatkan penggunaan bahasa, tanda, dan gambar yang berdiri mewakili sesuatu. Representasi memiliki tiga pendekatan teoretis utama, yaitu reflektif, intensional, dan konstruksionis. Pendekatan reflektif menganggap bahwa bahasa mencerminkan makna yang sudah ada di dunia. Pendekatan intensional menyatakan bahwa makna ditentukan oleh maksud pembicara atau penulis. Sementara pendekatan konstruksionis berpendapat bahwa makna dibentuk melalui bahasa dan sistem representasi (Hall, 1997)

a. Representasi sebagai Praktik Konstruksi Makna

Makna diproduksi melalui praktik representasi, yakni melalui sistem-sistem yang menghasilkan makna seperti bahasa. Terdapat dua sistem representasi yang saling berkaitan: pertama, sistem konsep dalam pikiran manusia yang mengorganisasi dunia ke dalam kategori bermakna; kedua, sistem bahasa yang memungkinkan kita mengkomunikasikan konsep tersebut.

Tanda (*sign*) hanya bisa bermakna jika kita memiliki kode-kode yang memungkinkan kita menerjemahkan konsep ke dalam bahasa. Kode ini tidak bersifat alami, tapi dibentuk melalui konvensi sosial dan dibagikan dalam budaya. Maka dari itu, makna bukanlah sifat bawaan dari benda, melainkan hasil dari praktik simbolik dalam suatu budaya.

b. Bahasa dan Kode Sosial Budaya sebagai Sistem Representasi

Bahasa memungkinkan kita berbicara, menulis, dan menyampaikan pemikiran kepada orang lain. Kita mengenal objek karena kita memiliki konsep tentangnya dalam pikiran, dan dapat menyebutnya menggunakan kata. Kata "lampu", misalnya, bukan berasal dari objek itu sendiri, melainkan dari sistem konsep dan tanda yang kita pelajari. Kode membuat komunikasi mungkin terjadi. Namun kode hanya bekerja jika dibagikan secara sosial. Kita belajar kode ini dari masyarakat dan budaya kita. Representasi, karena itu, terjadi di dalam sistem budaya yang penuh konvensi dan makna bersama.

c. Audiens tidak pasif dalam menerima makna

Audiens terlibat dalam proses *decoding*, yang memungkinkan interpretasi yang berbeda dari pesan yang dikodekan. *Decoding* merupakan proses penafsiran kode oleh penerima pesan terhadap pesan yang diterima.

d. Representasi selalu melibatkan kekuasaan

Representasi disini dipengaruhi oleh struktur kekuasaan yang ada dalam masyarakat, menentukan apa yang dianggap penting, bagaimana hal tersebut direpresentasikan, serta siapa yang memiliki otoritas untuk merepresentasikan.

e. Kesimpulan: Bahasa, Makna, dan Kekuasaan

Representasi bukan sekadar menggambarkan dunia, tapi membentuk bagaimana kita memahaminya. Bahasa adalah medan pertempuran makna, tempat kekuasaan bekerja untuk mempertahankan atau menantang dominasi tertentu. Oleh karena itu, studi tentang representasi adalah inti dari studi budaya, karena ia membuka cara bagaimana makna dibentuk, disebarluaskan, dan diperebutkan dalam masyarakat.

3. Istilah Kunci Representasi Stuart Hall

Hall (1972) menekankan bahwa makna dan pesan dalam media diwujudkan dalam bentuk simbolik yang dikodekan (*encoded*) dalam struktur bahasa dan tanda. Proses produksi komunikasi memerlukan alat dan relasi sosial tertentu, serta aparatus media, namun pada akhirnya produk media itu harus didistribusikan dalam bentuk diskursif yang dapat dikenali dan dimaknai oleh khalayak. Namun, agar pesan itu efektif, ia tidak cukup hanya disebarluaskan; ia harus diterjemahkan kembali (*decoded*) ke dalam praktik sosial oleh khalayak.

Apabila makna tidak diambil atau tidak diterapkan dalam kehidupan sosial, maka tidak terjadi proses konsumsi komunikasi yang sesungguhnya. Di sinilah pentingnya konsep *encoding* dan *decoding*, dua momen yang meskipun saling terkait, namun tidak menjamin korespondensi atau kesesuaian sempurna antara makna yang dikodekan oleh produsen media dan makna yang diinterpretasikan oleh audiens. (Hall, 1972), mempergunakan istilah *encoding* dan *decoding* untuk menyatakan bahwa makna suatu teks terletak antara penulis dan pembaca teks tersebut. Berikut merupakan penjelasannya :

c) *Encoding*

Encoding sendiri adalah proses di mana makna-makna yang berasal dari realitas sosial dikonstruksikan dan dikemas oleh produsen pesan ke dalam bentuk simbolik, agar dapat dipahami oleh audiens dalam konteks komunikasi massa. Pesan ini diassumsikan sebagai suatu pesan mentah yang terjadi di lapangan, kemudian dikemas sedemikian rupa sehingga pesan tersebut bisa disalurkan pada sasaran. *Encoding* sebagai media proses dimana pembuat pesan mengisyaratkan makna tertentu ke dalam pesan menggunakan simbol, bahasa, serta kode yang tersedia dalam budaya.

Encoding bukan proses netral, melainkan sangat bergantung pada posisi dan kepentingan komunikator. Produsen memilih kode tertentu dengan harapan pesan akan ditafsirkan sesuai maksud mereka. Namun, Hall menggarisbawahi bahwa makna tidak sepenuhnya berada dalam kendali pengirim. Proses *encoding* bersifat terbuka, artinya meskipun pesan dikonstruksi dengan makna tertentu, penerima tidak selalu akan menangkap makna tersebut secara persis. Oleh karena itu, *encoding* hanya menjadi satu bagian dari sirkulasi komunikasi, yang maknanya bisa berubah saat memasuki tahap penerimaan atau *decoding*. Contohnya sebuah kafe membuat iklan yang menampilkan kopi yang nikmat, dengan pemuda yang terlihat menikmati kopi dengan gesture yang meyakinkan.

d) *Decoding*

Decoding merupakan proses dimana pemirsa atau audiens memaknai atau membaca pesan yang telah di-*encode* oleh pembuat pesan. *Decoding* merupakan proses penafsiran kode oleh penerima pesan terhadap pesan yang diterima. Selanjutnya, audiens menerima pesan yang dikirim (*encoding*) dan menafsirkan berdasarkan perspektif mereka sendiri.

Hall menekankan bahwa dalam masyarakat yang plural, proses *decoding* mencerminkan adanya berbagai cara pandang yang hidup dalam audiens. Dengan demikian, makna dalam komunikasi bersifat tidak tetap, melainkan selalu dinegosiasikan. Perbedaan posisi sosial, misalnya kelas, ras, atau gender, mempengaruhi bagaimana seseorang membaca dan memahami pesan media. Maka, *decoding* adalah proses aktif yang dapat memperkuat atau justru menolak ideologi yang dikandung dalam pesan. Melalui kerangka ini, Hall menggeser fokus dari produksi makna semata ke dinamika antara teks dan pembacanya. Contohnya dari iklan kafe diatas dimaknai oleh orang-orang dengan bermacam-macam reaksi, seperti setuju sepenuhnya, sebagian setuju, atau menolak setuju dengan branding yang disampaikan iklan kafe tersebut.

Hall (1972), berpendapat bahwa ideologi dominan mempunyai *preferred reading* atau bacaan yang disukai (bacaan utama atas teks media). Dengan teori yang telah dikemukakan tersebut memuat tahapan dalam proses representasi yang akan mendukung penelitian *Caring Masculinity* di Media Sosial: Studi Naratif Akun Instagram @bapak2id, dimana teori representasi oleh Stuart Hall menyediakan kerangka untuk dipahami tentang bagaimana *caring masculinity* dikonstruksikan serta direpresentasikan melalui simbol-simbol media sosial (foto beserta caption) yang dirancang oleh pembuat konten.

Selanjutnya melalui proses *encoding* bagaimana pembuat konten menyusun makna dari konten yang diunggah @bapak2id melalui simbol, gambar atau *reels*, serta humor yang ditampilkan. Dalam tahap ini, peneliti akan menggali data melalui tim akun @bapak2id yang merupakan si “pembuat pesan” dan bagaimana strategi dalam penyampaian pesan tersebut. Proses *encoding* juga meliputi di balik produksi makna narasi yang ingin ditunjukkan kreator akun @bapak2id, dalam hal ini dapat dilihat melalui caption yang diunggah. Proses yang terakhir yaitu *decoding*, dimana audiens dari akun disini yang akan menafsirkan pesan yang disampaikan dengan latar belakang yang cenderung berbeda. Media sosial memungkinkan audiens untuk merespons pesan melalui komentar, suka, dan berbagi. Proses ini dapat digunakan untuk meneliti bagaimana narasi tentang *caring masculinity* akan diterima atau ditolak.

BAB III

AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BAPAK2ID

A. Media Sosial Instagram Sebagai Platform Komunikasi

1. Media Sosial sebagai Platform Komunikasi

Media sosial merupakan media online yang mempermudah penggunaannya untuk berinteraksi, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi pesan dengan mengandalkan internet. Menurut Gustam, Media sosial memiliki berbagai karakteristik sebagai berikut; Pertama, bersifat partisipatif yaitu mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audiens. Kedua, memiliki karakter yang bersifat terbuka, karena kebanyakan media sosial memberikan ruang terbuka untuk umpan balik dan partisipasi melalui saran-saran voting, komentar, dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan. Ketiga, memiliki sifat yang memungkinkan terjadinya perbincangan antar pengguna secara dua arah. Poin keempat yaitu memiliki karakteristik sebagai komunitas, karena media sosial dapat berfungsi sebagai wadah yang memungkinkan terbentuknya beragam komunitas secara cepat dan dapat berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu atau kepentingan. Sedangkan karakteristik yang terakhir adalah memungkinkan adanya keterhubungan, sebab mayoritas media sosial tumbuh subur karena sifatnya yang dapat melayani keterhubungan antar sesama pengguna, melalui fasilitas tautan (*links*) ke website, sumber-sumber informasi dan pengguna lainnya (Gustam, 2015)

2. Instagram sebagai Platform Komunikasi

Instagram merupakan sebuah aplikasi *microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan. Nama Instagram berasal dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan” yang dimaksudkan seperti kamera polaroid yang pada masanya dikenal sebagai “foto instan”. Kata “gram” berasal dari kata “Instagram” yang merujuk pada alat yang bekerja mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. Di samping itu, Instagram memfasilitasi banyak fitur yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menerima maupun menyebarkan informasi (Triaputri A., 2022). Instagram memiliki eksistensi yang tinggi saat ini sekaligus digemari khususnya oleh generasi

milennial sebagai media informasi (Qorib, 2020). Pernyataan ini sejalan dengan salah satu fungsi media, yaitu memberikan informasi kepada publik. Instagram sebagai salah satu platform media sosial berperan dalam menyampaikan informasi baru yang bermanfaat bagi masyarakat (Zahra R., 2018)

Instagram telah diterima dengan baik oleh masyarakat dengan beberapa alasan utama. Berikut adalah sebuah narasi yang menjelaskan mengapa Instagram telah menjadi begitu populer dan diterima oleh berbagai kalangan. Dalam beberapa tahun terakhir, Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia. Banyak faktor yang telah menyebabkan Instagram diterima dengan baik oleh masyarakat dari berbagai lapisan dan usia (Karnadi, 2022). Pertama-tama, Instagram menawarkan platform yang mudah digunakan dan estetis yang menarik. Desain sederhana dan antarmuka yang intuitif memungkinkan pengguna untuk dengan mudah membagikan foto dan video mereka, menjelajahi konten dari pengguna lain, serta berinteraksi dengan komunitas mereka. Ini menjadikan Instagram sangat ramah pengguna dan dapat diakses oleh siapa saja, dari remaja hingga orang dewasa (Prastiwi A, 2023)

3. Fitur dan Algoritma Instagram

Menurut Eric, dkk (2021), Instagram memiliki tampilan yang berbeda dari media sosial lainnya, diantaranya ada tampilan *home*, halaman *explore*, serta halaman profil.

a. Halaman *home*

Pada menu home Instagram terdapat menu untuk navigasi yang terletak di bawah dan menu untuk mengupload. *direct message* atau DM dan notifikasi terletak diatas. Menu *story* memiliki posisi yang sejajar dengan DM dan *feed* utama postingan memiliki posisi di bagian layar utama.

b. Halaman *explore*

Halaman *explore* adalah halaman yang menampilkan berbagai macam video dan foto dari berbagai pengguna di seluruh dunia. Dalam halaman ini juga pengguna dapat melakukan pencarian pengguna ataupun *tag* dengan memasukkan kata kunci.

c. Halaman profil

Halaman profil memiliki bagian bagian seperti tampilan biodata, sorotan cerita, dan postingan. Tata letak sorotan cerita (*story highlights*) cukup

sederhana dan unik. Tampilan biodata sangat ikonik untuk Instagram dengan desain menarik dan minimalis. Untuk tampilan postingan, Instagram tetap menggunakan tampilan 3 (tiga) postingan perbaris, untuk menjaga desain yang menarik dan tampilan minimalis pada halaman profil.

Masih menurut Eric,dkk (2021) Instagram dibuat dengan konsep sebagai sebuah aplikasi media-sosial. Fitur yang sangat penting untuk membuat Instagram menjadi aplikasi media sosial adalah interaksi antar penggunanya dengan suka (*like*), komentar (*comment*), bagikan (*share*), dan ikuti (*follow*).

a. Suka (*like*)

Di Instagram pengguna dapat meninggalkan like dengan mengetuk konten postingan dua kali dengan cepat. Setiap postingan gambar atau video dapat di klik dua kali dengan tetikus dan umpan balik dengan animasi hati akan muncul sesuai dengan umpan balik.

b. Komentar (*comment*)

Menekan tombol komentar akan memindahkan pengguna ke halaman penuh postingan guna memunculkan semua komentar lainnya yang terdapat dalam postingan. Pengguna akan berpindah pada halaman yang didedikasikan untuk tampilan komentar. Komentar juga dapat ditinggalkan dengan langsung menyentuh kolom komentar. Meninggalkan komentar dengan cara ini tidak akan membawakan pengguna ke halaman komentar sehingga setelah komentar, pengguna dapat langsung melanjutkan berjelajah tanpa berpindah kehalaman komentar.

c. Ikuti (*follow*)

Tombol *follow* untuk mengikuti akun pengguna lain yang kita minati, seperti teman, keluarga, maupun selebriti dari dalam maupun luar negeri. Fitur ini sangat berguna karena memungkinkan kita melihat pembaruan aktifitas dari akun-akun yang kita ikuti. Setelah menekan tombol *follow*, Instagram biasanya akan menampilkan rekomendasi akun lain yang serupa dengan akun yang baru saja diikuti, sehingga memudahkan pengguna baru untuk menemukan akun-akun sejenis tanpa harus mencarinya satu persatu.

Selain itu, jika ada akun yang mengikuti kita terlebih dahulu maka tombol *follow* akan berubah menjadi *follow back* sebagai opsi untuk mengikuti balik akun tersebut. Instagram juga menyediakan fitur *remove*

yang memungkinkan pengguna menghapus pengikut dari akun mereka. Fitur ini berguna bagi pengguna lain yang ingin menjaga privasi karena dapat dengan mudah menghapus pengikut yang tidak dikenal atau dianggap penting.

Disisi lain, Instagram memiliki beragam fitur yang membuat pengalaman pengguna lebih menarik. Fitur seperti filter foto, stiker, Stories, dan IGTV memberikan pengguna banyak cara untuk mengekspresikan diri dan berbagi momen dalam format yang menarik. Ini memungkinkan pengguna untuk menjadi lebih kreatif dalam berbagi cerita mereka. Instagram juga memungkinkan pengguna untuk membangun komunitas dan jejaring sosial yang kuat. Melalui penggunaan hashtag, lokasi geografis, dan berbagai alat pencarian, orang dapat menemukan dan terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Ini telah memungkinkan banyak komunitas berbagi minat, mulai dari seni, fotografi, hingga gaya hidup sehat, untuk tumbuh dan berkembang (Prastiwi A, 2023)

Selain itu, berbagai pembaruan dan fitur baru yang terus-menerus diperkenalkan oleh Instagram menjadikan platform ini tetap segar dan menarik bagi pengguna. Misalnya, fitur reels yang mirip dengan TikTok dan perbaikan dalam algoritma feed berarti pengguna terus-menerus menemukan konten yang relevan dan menarik. Terakhir, Instagram memberikan peluang bagi para pengguna untuk membangun merek pribadi dan bahkan mencari penghasilan. Influencer dan pengguna yang memiliki banyak pengikut dapat menjadikan Instagram sebagai sumber pendapatan dengan menjalin kemitraan dengan merek atau berjualan produk mereka. Dengan semua faktor ini, Instagram telah diterima dengan baik oleh masyarakat karena memberikan pengalaman berbagi yang menarik, memungkinkan orang untuk terhubung dengan dunia, dan menawarkan peluang bagi pengguna untuk berkembang secara pribadi dan profesional. Platform ini telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari banyak orang di seluruh dunia (Prastiwi A, 2023)

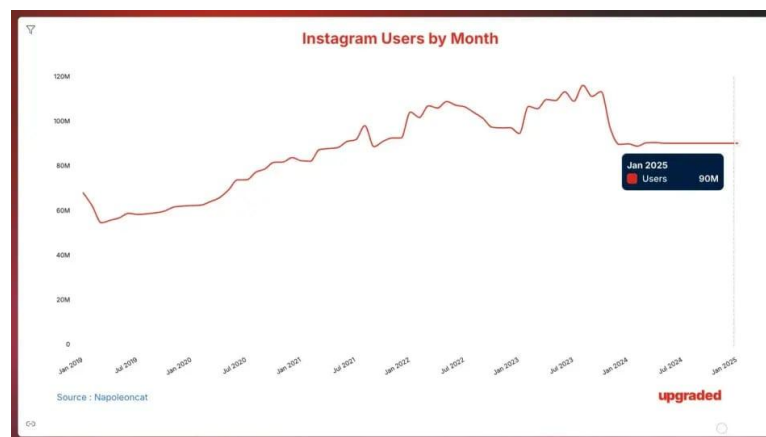
4. Penggunaan Instagram sebagai Sarana Branding dan Komunitas

Instagram kini menjadi salah satu media sosial yang sangat efektif digunakan sebagai sarana branding dan pembentukan komunitas. Melalui fitur-fitur seperti stories, feed, reels, hingga live, pengguna baik individu maupun bisnis dapat membangun citra, memperkuat identitas merek, dan menjalin hubungan dengan audiensnya. Visual yang kuat serta interaksi dua arah membuat Instagram sangat

cocok untuk menciptakan kedekatan dengan pengikut dan membangun loyalitas. Selain itu, komunitas-komunitas yang terbentuk di Instagram, baik itu berdasarkan minat, hobi, maupun nilai tertentu, membantu memperluas jaringan serta pengaruh suatu merek atau individu. Motivasi utama penggunaan Instagram antara lain adalah ekspresi diri dan membangun hubungan sosial, yang sangat mendukung proses branding dan penguatan komunitas (Bryant, 2016).

Instagram sebagai salah satu *social networking* (jejaring sosial) yang bukan hanya menjadi alat bagi konsumen untuk berbagi informasi, tetapi untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk hubungan sosial secara virtual (Widada, 2018). Meskipun ada perdebatan mengenai dampak positif dan negatif dari penggunaan media sosial, Hemsley, (2018) menjelaskan bahwa istilah ”good” and ”evil” digunakan untuk menyoroti serta mendorong diskusi mengenai konsekuensi yang menguntungkan maupun merugikan dari penggunaan media sosial dalam masyarakat kita.

Gambar 3. 1 Data Pengguna Instagram 2025



Sumber: Upgraded.id

Laporan dari Napoleoncat menyatakan bahwa jumlah pengguna Instagram pada bulan Januari 2025 sebesar 90,183,200 pengguna yang setara dengan 31.8% dari populasi total penduduk Indonesia. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah wanita dengan proporsi 54.2% dengan demografis umur pengguna Instagram di Indonesia terbesar yaitu umur 25 hingga 34 sebesar 36,000,000 orang. Selain itu, jumlah perbedaan berdasarkan gender pria dan wanita ada pada range umur 18 hingga 24, dimana wanita lebih banyak 12,600,000 orang. Hal ini

terlihat ada pertumbuhan sekitar 600,000 orang pada audience produktif di Instagram (Upgraded, 2025)

B. Profil Akun Instagram @bapak2id

1. Sejarah dan latar belakang pembentukan akun

Era yang serba digital ini dapat dengan mudah ditemui akun komunitas daring @bapak2id terutama di beberapa media sosial. Akun komunitas ini muncul ditengah perubahan sosial baru termasuk perubahan maskulinitas tradisional menjadi maskulinitas modern yang saat ini sedang hangat dibicarakan terutama di media sosial. Seperti artikel oleh Zestanakis (2022), yang membahas bagaimana selebritas pria menggunakan Instagram untuk menampilkan peran sebagai ayah yang penuh kasih sayang, menantang stereotip maskulinitas tradisional dan mempromosikan keterlibatan emosional dalam pengasuhan anak (Zestanakis, 2022). Hal ini menyoroti kemudahan akses serta informasi dipergunakan secara maksimal untuk menampilkan bentuk caring masculinity yang ada di ranah media sosial.

Adapun terkait terbentuknya akun Instagram @bapak2id peneliti tergerak untuk melakukan wawancara kepada admin akun @bapak2id. Langkah pertama yang diambil peneliti yaitu observasi pada profil akun Instagram. Berdasarkan observasi dari pernyataan diatas, YJ sebagai narahubung peneliti dengan akun @bapak2id membuat komunitas daring di Instagram. Akun ini, terbentuk pada tanggal 13 Januari 2020, tepatnya satu bulan sebelum pandemi. Dimana pada saat itu semua orang sedang fokus dengan perangkat komunikasi daring dan bekerja dari rumah (*work from home*). Momentum tersebut bertepatan juga menjadi awal bagi para pendiri menjadi maniak internet. Para pendiri akun @bapak2id merupakan sekumpulan “kawan lama”.

2. Visi Misi Akun Instagram @bapak2id

Visi misi dari keberadaan akun Instagram @bapak2id yaitu media atau komunitas untuk berbagi dan mengedukasi bapak-bapak terutama bapak-bapak yang notabenenya masih tergolong muda hingga menengah agar dapat berkembang menjadi versi terbaik dari dirinya sendiri. Komunitas ini memberi tempat bagi para bapak untuk merasa didengar, dimengerti, dan mendapatkan insight tentang bagaimana menjadi pribadi yang lebih baik dalam konteks keluarga, karier, dan kehidupan sosial. Tidak jarang, para bapak dihadapkan

pada tekanan sosial dan ekspektasi yang tinggi, sehingga kehadiran akun ini menjadi semacam pelipur dan penguat. Konten yang disajikan dirancang untuk memantik kesadaran akan pentingnya peran ayah yang hadir secara fisik dan emosional di tengah keluarga. Selain itu, akun ini juga mendorong nilai-nilai seperti kesetaraan peran dalam rumah tangga, pengelolaan stres, dan pentingnya self-care bagi para pria. Dalam jangka panjang, @bapak2id ingin menjadi katalis perubahan paradigma tentang peran laki-laki dalam keluarga dan masyarakat. Ia tidak hanya menjadi tempat berbagi, tetapi juga titik tolak transformasi menuju versi terbaik dari diri para bapak.

Menurut narasumber, golongan bapak-bapak inilah orang yang tidak mempunyai wadah untuk tumbuh dan berkembang bersama. Tim @bapak2id khususnya mengharapkan bisa menjadi tempat untuk bertumbuh dan berkembang bersama dengan mereka. Komunitas ini juga terbuka bagi dialog lintas generasi agar nilai-nilai pengasuhan dan kepemimpinan dalam keluarga dapat terus relevan. Dengan visi yang jelas dan misi yang konsisten, @bapak2id hadir sebagai teman perjalanan yang menyemangati, memotivasi, dan merangkul. Sebuah upaya kecil namun berarti dalam menciptakan generasi ayah yang lebih sehat, bahagia, dan inspiratif. Cara yang dapat dilakukan oleh tim @bapak2id adalah dengan memberikan konten yang bermanfaat namun dikemas dengan sederhana serta menyenangkan.

3. Akun Instagram @bapak2id

Saat ini beberapa media sosial dimanfaatkan untuk menampilkan *caring masculinity* sebagai upaya perubahan sosial maskulinitas yang hegemonik menjadi maskulinitas yang lebih peduli. Akun komunitas @bapak2id ditemukan di beberapa platform sosial media, seperti:

Tabel 3. 1 Data Akun @bapak2id dan jumlah pengikutnya

Media Sosial	Nama Akun	Pengikut
Instagram	@bapak2id	1,7 jt
X/Twitter	@bapak2id	3,2rb
TikTok	@bapak2id	29,7rb
Youtube	Bapak2 ID Official	3,53rb

Sumber: Hasil oleh peneliti (2024)

Platform media sosial akun Instagram @bapak2id diatas menunjukkan Instagram menjadi platform terbesar dalam menampilkan pesan yang diantaranya *caring masculinity*. Ditandai dari jumlah pengikut yang paling banyak, dan *insight* yang paling luas jika dibandingkan platform media sosial yang lain. Media sosial Instagram juga dipilih oleh pemilik akun karena menjangkau lebih banyak kalangan khususnya “bapak-bapak tanggung” yang menjadi target utama dari konten Instagram @bapak2id. Penelitian oleh Astuti (2022), menunjukkan Instagram menjadi *third place* virtual kaum pria selama pandemi COVID-19, alasannya karena aturan pemerintah pada saat itu untuk diam dirumah demi menjaga penularan dari pandemi sehingga para pria melirik media sosial terutama Instagram sebagai sarana komunikasi sekaligus bersosialisasi yang paling banyak diminati (Astuti I. D., 2022).

4. Konten & Kegiatan akun Instagram @bapak2id

a. Konten serta Gaya Visual *Feeds* Instagram Akun Instagram @bapak2id

Akun Instagram @bapak2id juga dikenal memiliki gaya visual dan narasi yang khas, yang tentu saja berhasil menarik perhatian dan membangun koneksi dengan audiens, khususnya para bapak-bapak. Akun Instagram @bapak2id menggunakan desain visual yang sederhana namun cukup konsisten dengan memanfaatkan palet warna yang hangat dan elemen grafis yang cukup mudah dikenali. Dalam hal ini menciptakan identitas visual yang kuat sehingga mudah diingat oleh pengikutnya. Selain itu, konten visual seringkali berupa ilustrasi berbentuk meme yang menggambarkan situasi sehari-sehari yang diminati bapak-bapak, sesuai dengan tujuan awal pembuatan akun. Desain visual pada postingan Instagram cukup penting diperhatikan termasuk untuk kebutuhan *engagement* umpan balik adanya konten dengan jangkauan. Hal ini selaras dengan penelitian oleh Luthfi, dkk (2024) bahwa desain visual pada *feed* Instagram PT. Timoti Beauty Indonesia berperan penting dalam meningkatkan daya tarik visual dengan tujuan menyampaikan informasi dan mempromosikan produk secara efektif, dengan mengembangkan gaya desain yang unik dan menarik dengan eksplorasi warna-warna lembut serta font yang sesuai dengan tema desain, memperkuat pesan promosi didalamnya.

Gambar 3. 3 Profil Instagram @bapak2id



Sumber: Tangkapan layar postingan @bapak2id

Profil di atas @bapak2id menunjukkan identitas komunitas yang kuat dengan desain visual khas berupa latar kuning cerah dan tipografi tebal berwarna hitam, kombinasi yang mudah dikenali dan konsisten di setiap unggahan. Dengan slogan “Agar Bapak2 se-Indonesia lebih disayang...”, akun ini mengusung nilai *caring masculinity*, yaitu bentuk maskulinitas yang menekankan kehangatan, kepedulian, dan peran aktif laki-laki dalam ranah domestik dan sosial. Unggahan seperti “Skill2 Pramuka yang Harus Bapak Kuasai” dan “Nabung Harian Itu Apaan Sih?” menggambarkan sosok bapak yang tidak hanya bertanggung jawab secara finansial, tetapi juga aktif mendidik, melindungi, dan membangun solidaritas warga. Hal ini sejalan dengan pemikiran Heryanto (2010) yang menyatakan bahwa representasi laki-laki di media sosial Indonesia mulai bergeser ke arah yang lebih lembut dan partisipatif. Maka, @bapak2id menjadi contoh bagaimana media digital dapat membentuk ulang citra maskulinitas yang lebih inklusif dan peduli.

Gambar 3. 5 Konten Edukasi Humor



Sumber: Tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 3. 7 Feeds Konten Edukasi



Sumber:: Tangkapan Layar Postingan @bapak2id

Akun Instagram @bapak2id juga menampilkan konten visual yang khas dan konsisten dengan gaya desain yang menggabungkan humor, kehidupan sehari-hari, dan peran laki-laki dalam konteks keluarga dan masyarakat. Konten seperti “Kumpulan Gombalan Buat Istri” atau “Hal-hal yang Perlu Diperhatikan Biar Bapak Jago Bangun Rumah” merepresentasikan laki-laki yang hadir, terlibat, dan penuh perhatian. Hal ini sejalan dengan gagasan Nilan (2009) tentang maskulinitas baru di Indonesia yang lebih egaliter dan mendukung emosi serta partisipasi domestik. Secara tidak langsung, @bapak2id membangun narasi bahwa menjadi “bapak” bukan hanya soal pencari nafkah, tetapi juga soal hadir secara emosional dan sosial dalam kehidupan keluarga.

b. Blog Artikel @bapak2id

Akun Instagram @bapak2id juga menyajikan blog yang berisi artikel-artikel informatif dan inspiratif yang ditujukan bagi para pengikutnya, terutama kaum pria dewasa dan para ayah muda. Blog ini mengangkat beragam topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, mulai dari finansial, otomotif, pengembangan diri, hingga gaya hidup keluarga. Kontennya disusun secara ringan namun tetap berbobot, membuat informasi mudah dipahami dan aplikatif. Artikel mengenai pengelolaan keuangan, tips membeli kendaraan, serta cara meningkatkan kualitas diri menjadi daya tarik utama akun ini. Selain itu, @bapak2id juga rutin memberikan rekomendasi produk, ulasan home appliances, dan inspirasi seputar rumah tangga. Tak ketinggalan, topik mengenai gaya parenting kekinian juga menjadi sorotan yang disukai banyak pengikutnya. Dengan pendekatan yang santai namun edukatif, akun ini berhasil

membangun komunitas yang aktif dan loyal. Blog ini menyajikan berbagai artikel yang menyentuh kehidupan sehari-hari, mulai dari urusan rumah tangga hingga pengembangan diri, dengan bahasa yang ramah dan mudah dipahami. Tujuannya adalah memberikan nilai tambah kepada followers melalui konten yang relevan, aktual, dan aplikatif.

Gambar 3.9 Blog Artikel @bapak2id



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 3.11 Blog Artikel @bapak2id



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Salah satu topik utama yang diangkat dalam blog ini adalah seputar finansial, mulai dari perencanaan keuangan keluarga, tips menabung, hingga investasi sederhana yang bisa dijalankan oleh bapak-bapak. Konten ini dirancang untuk membantu para ayah menjadi lebih bijak dalam mengelola keuangan rumah tangga. Disampaikan secara praktis dan relatable, artikel-artikelnya memberikan wawasan yang bisa langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Edukasi finansial ini menjadi fondasi penting dalam mendukung kestabilan keluarga secara keseluruhan.

Gambar 3. 13 Blog Artikel @bapak2id



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar blog dari @bapak2id dengan judul “Prioritas Tabungan yang Harus Disiapkan Berdasarkan Usia” menunjukkan upaya edukasi finansial yang inklusif dan ringan, terutama untuk audiens awam. Dengan gaya bahasa santai namun informatif, konten ini menjelaskan bahwa setiap usia memiliki kebutuhan dan target keuangan yang berbeda, sehingga pengelolaan tabungan harus disesuaikan dengan fase kehidupan masing-masing individu. Pendekatan ini memperlihatkan strategi komunikasi yang adaptif dan memberdayakan, terutama bagi kalangan bapak-bapak atau kepala keluarga yang ingin lebih bijak dalam mengatur keuangan. Blog ini mencerminkan pentingnya literasi keuangan sebagai bagian dari peran tanggung jawab keluarga dan masa depan. Dengan desain sederhana dan pesan yang relevan, blog ini mendekatkan isu finansial pada masyarakat dengan cara yang aplikatif.

Selain finansial, @bapak2id juga rutin membahas otomotif, seperti tips merawat kendaraan, review mobil keluarga, hingga rekomendasi kendaraan yang cocok untuk kebutuhan harian. Topik ini sangat relevan dengan minat sebagian besar pria dan menjadi daya tarik tersendiri. Gaya penulisannya ringan dan tidak teknis, sehingga tetap bisa dinikmati oleh pembaca awam. Otomotif diposisikan bukan hanya sebagai hobi, tetapi juga bagian dari tanggung jawab dan kebutuhan keluarga, yang perlu dipahami dengan bijak.

Gambar 3. 16 Blog Artikel



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Artikel blog dari @bapak2id berjudul “Rekomendasi Moge Pertama Buat Bapak yang Masih Pemula” merepresentasikan pendekatan otomotif yang ramah bagi pemula, khususnya pria dewasa yang ingin mulai hobi motor gede. Dengan bahasa kasual yang membumi, blog ini menjelaskan pengertian moge dan tren penggunaannya di kalangan kelas atas sebagai bentuk gaya hidup dan hobi. Penekanan pada rekomendasi untuk pemula menunjukkan upaya edukatif agar pembaca tidak sekadar ikut-ikutan tren, tapi juga memahami aspek teknis dan kenyamanan berkendara.

Gambar 3. 15 Blog Artikel @bapak2id



Selain itu, konten pengembangan diri juga menjadi pilar penting dalam blog ini. @bapak2id menghadirkan artikel-artikel seputar manajemen waktu, komunikasi yang sehat dengan pasangan, hingga pentingnya menjaga kesehatan mental. Para followers diajak untuk terus bertumbuh, tidak hanya sebagai kepala keluarga, tetapi juga sebagai individu yang seimbang secara emosional dan spiritual. Melalui tulisan yang inspiratif dan membumi, akun ini berhasil membentuk narasi bahwa menjadi "bapak" adalah peran yang layak dibanggakan dan terus diperbaiki.

Artikel dari blog @bapak2id ini menyoroti pentingnya karakter tangguh dalam meraih kesuksesan di dunia kerja, melebihi sekadar kecerdasan intelektual. Dalam konteks pengembangan diri, tulisan ini menggarisbawahi bahwa ketahanan mental, kemampuan menghadapi tekanan, dan konsistensi sering kali menjadi faktor utama dalam kenaikan karier. Gaya bahasa yang santai dan relatable membuat pesan lebih mudah dipahami pembaca umum. Artikel ini mendorong pembaca untuk fokus membangun soft skills seperti disiplin dan tanggung jawab, bukan hanya prestasi akademis.

Topik lainnya yang banyak diminati di blog @bapak2id adalah rekomendasi produk dan ulasan home appliances, termasuk peralatan rumah tangga yang praktis dan efisien untuk digunakan sehari-hari. Artikel semacam ini tidak hanya mempermudah keputusan belanja, tapi juga memberikan insight mengenai kualitas dan fungsi produk dari perspektif pengguna. Selain itu, ada juga konten seputar rumah, mulai dari desain fungsional, tips merawat rumah, hingga inspirasi ruang keluarga yang nyaman bagi anak dan istri.

Gambar 3. 19 Blog Artikel @bapak2id



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 3. Error! Bookmark not defined. Blog Artikel @bapak2id



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Kedua gambar dari blog bapak2.id ini menyuguhkan dua sudut pandang berbeda soal belanja barang rumah tangga yang berkaitan dengan estetika dan fungsionalitas. Gambar pertama mengkritisi kecenderungan membeli dekorasi rumah yang sebenarnya tidak terlalu penting namun bisa bikin rumah sesak dan dompet menipis. Sementara gambar kedua memberi solusi alternatif berupa rekomendasi barang-barang di bawah 100 ribu yang tetap bermanfaat. Dalam konteks blog seputar rekomendasi produk dan home appliances, ini menunjukkan pentingnya membuat keputusan belanja yang lebih bijak, yaitu dengan memilih produk yang tidak cuma menarik secara visual tapi juga punya nilai guna. Blog ini secara cerdas menyentil fenomena konsumtif yang sering tak disadari sambil tetap menawarkan opsi hemat dan realistis. Pendekatannya ringan, relate, dan sangat cocok buat pembaca keluarga muda yang sedang menata rumah.

Tak ketinggalan, @bapak2id secara rutin membagikan konten mengenai parenting kekinian. Dengan pendekatan yang tidak menggurui, blog ini memberikan pandangan segar tentang bagaimana membangun relasi hangat dengan anak, peran aktif ayah dalam pengasuhan, serta tantangan menjadi orang tua di era digital. Artikel parenting-nya menyasar ayah-ayah muda yang ingin terlibat lebih dalam namun masih mencari cara yang tepat. Dengan ragam

topik tersebut, @bapak2id tidak hanya menjadi blog informasi, tapi juga komunitas belajar dan tumbuh bersama untuk para pengikutnya.

Gambar 3. 21 Blog Artikel @bapak2id



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Artikel ini menyoroti realita bahwa anak-anak seringkali lebih dekat dengan ibunya karena pendekatan emosional sang ibu lebih lembut, sedangkan ayah yang mudah marah bisa menciptakan jarak emosional tanpa disadari. Dalam dunia parenting modern, penting bagi ayah untuk menyadari bahwa kedekatan dengan anak dibangun lewat komunikasi yang hangat dan sikap yang sabar. Blog ini secara halus mengajak para ayah untuk lebih reflektif terhadap sikap mereka dan mulai menata ulang cara berinteraksi dengan anak. Kedekatan emosional tidak muncul begitu saja, tapi dibentuk dari momen kecil yang konsisten. Ayah yang mampu mengelola emosi adalah ayah yang berpeluang membangun ikatan lebih kuat dengan anaknya.

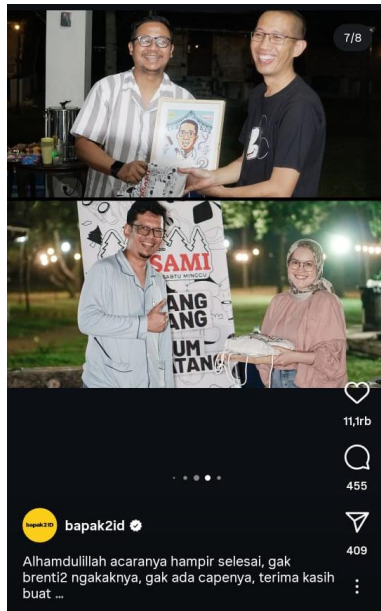
c. PERSAMI (Perkongkowan Sabtu Minggu)

Komunitas @bapak2id tidak hanya aktif di dunia digital, tetapi juga rutin mengadakan kegiatan offline yang dinamakan PERSAMI (Perkongkowan Sabtu Minggu), yaitu acara camping santai yang berlangsung selama 1 hingga 2 hari. Kegiatan ini dirancang sebagai ruang berkumpul bagi para ayah untuk saling mengenal, berbagi pengalaman, dan melepaskan penat dari rutinitas harian. Selain sesi santai seperti api unggun dan ngobrol bebas, PERSAMI juga menghadirkan acara temu wicara atau diskusi interaktif bersama narasumber ahli, membahas topik-topik relevan seperti parenting, kesehatan mental, atau finansial keluarga. Untuk menjaga kualitas peserta, kegiatan ini diawali dengan proses registrasi dan seleksi. Peserta yang lolos

seleksi wajib menyertakan surat izin dari istri sebagai bentuk komitmen dan penghormatan terhadap keluarga. PERSAMI menjadi momen berharga bagi para ayah untuk tumbuh bersama dalam suasana yang hangat, akrab, dan tetap bertanggung jawab.

Kegiatan PERSAMI (Perkongkowan Sabtu Minggu) yang diselenggarakan oleh komunitas @bapak2id terlihat begitu meriah, hangat, dan penuh semangat kebersamaan.

Gambar 3. 27 Kegiatan PERSAMI



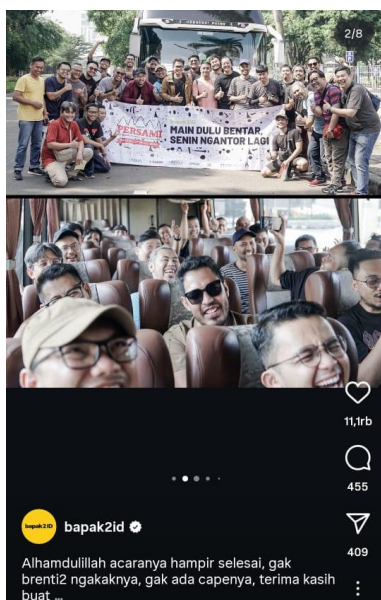
Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 3. 25 Kegiatan PERSAMI



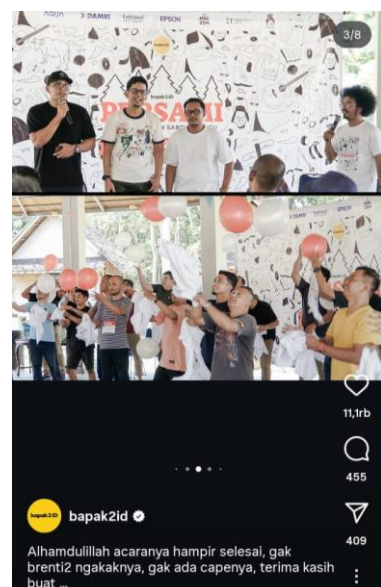
Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 3. 24 Kegiatan PERSAMI



Sumber: tangkapan layer postingan @bapak2id

Gambar 3. 22 Kegiatan PERSAMI



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Dalam berbagai foto yang ditampilkan, tampak para peserta terlibat aktif dalam berbagai aktivitas fisik, permainan kelompok, hingga sesi diskusi yang dipenuhi tawa dan ekspresi bahagia. Suasana yang tercipta memperlihatkan bahwa acara ini bukan hanya sekadar hiburan, namun juga ruang sosial untuk saling mengenal dan mempererat hubungan antar sesama bapak. Dengan memakai dress code seragam dan berbagai properti permainan, PERSAMI menampilkan kesan kekompakan serta antusiasme yang tinggi. Momen seperti ini menjadi bentuk nyata dari visi @bapak2id dalam membangun komunitas yang suportif dan menyenangkan. Acara ini juga membuktikan bahwa bapak-bapak muda hingga menengah pun membutuhkan ruang rekreasi dan pengembangan diri. Dukungan sponsor serta konsep kegiatan yang kreatif semakin menguatkan positioning @bapak2id sebagai komunitas yang aktif dan relevan.

BAB IV

NARASI *CARING MASCULINITY* DI INSTAGRAM @BAPAK2ID DAN ALASAN PEMUNCULAN NARASI

A. Narasi *Caring Masculinity* dalam Akun Instagram @bapak2id

1. Representasi *Caring Masculinity*

Caring masculinity acap kali dikaitkan dengan peran ayah yang cenderung lebih banyak terlibat terutama dalam pengasuhan anak. Hal ini juga termasuk dikaitkan dengan figur ayah yang biasanya cenderung lebih emosional dan ekspresif. Carbrera,dkk (2000) menyatakan bahwa peran ayah disini juga sangat ditekankan mengingat sebagai upaya pelekatan terhadap hubungan emosional antara ayah dan anak, serta ekspresi kasih sayang oleh ayah berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan psikologis anak (Cabrera, 2000). Menurut Islamiah,dkk (2022), tinjauan sistematis yang dilakukan oleh 43 studi mengidentifikasi bahwa ayah yang cenderung menunjukkan ekspresi emosi positif, seperti dukungan terhadap ekspresi emosi anak dan keterlibatan yang sensitif, berkontribusi pada perkembangan keterampilan regulasi emosi anak yang lebih baik, namun sebaliknya ayah dengan gangguan psikologis atau pola asuh yang keras dikaitkan dengan keterampilan regulasi emosi anak yang lebih buruk (Islamiah, 2022). Emosi yang positif serta ekspresif menjadi tanda dari *caring masculinity* sendiri, mengingat hal tersebut menjadi hal yang ditekankan dalam representasi dari konsep *caring masculinity*.

Selain dari emosi yang positif serta ayah yang ekspresif, *caring masculinity* juga mengajak para pria untuk ada dan terlibat dalam kerja domestik dalam setiap keluarga. Laki-laki yang cenderung mengambil bagian dalam pekerjaan domestik memiliki implikasi yang lebih positif, diantaranya yaitu menjadikan tingkat kepuasan dalam hubungan yang lebih tinggi dan membangun keseimbangan kerja yang lebih baik (Carlson, 2023). Selain itu, keterlibatan ayah dalam pengasuhan serta pekerjaan rumah tangga ditelisik lebih jauh cukup berkontribusi pada pengurangan stress dalam hubungan pernikahan, sejauh ini pentingnya distribusi tugas rumah tangga yang adil cukup memberi implikasi yang positif serta sebagai bentuk tanggungjawab diantara pasangan (Yeung, 2001). Terlibat dalam pekerjaan rumah tangga merupakan bentuk kepedulian dari maskulinitas yang modern. Ganfure,dkk (2025) mengingat adanya budaya patriarkal yang cenderung

menekankan bahwa tugas rumah adalah tugas wanita menjadikan kurangnya partisipasi dalam pembagian tugas domestik yang lebih baik (Ganfure, 2025).

Selanjutnya peranan laki-laki sebagai mitra yang setara juga sangat penting dalam upaya melanggengkan sisi kepedulian. Bagaimana suami isteri membangun relasi kesetaraan gender dalam keluarga, menekankan adanya pembagian tugas secara adil demi pemenuhan fungsi keluarga yang ideal (Wizda, 2023). Menjalankan fungsi keluarga didalamnya terdapat pengambilan keputusan secara bersama, pengelolaan keuangan, serta pengasuhan anak. Disini dilakukan secara fleksibel dan berdasarkan prinsip harmoni (Kusumaning, 2015). Menurut Musdah Mulia dalam penelitian oleh Subekti (2017), kedudukan, hak, dan kewajiban suami istri adalah setara atau seimbang, dengan diikuti dari pembagian peran dalam keluarga harus didasarkan pada kesepakatan bersama dan kemampuan masing-masing (Subekti, 2017).

2. Bentuk Narasi yang Dihadirkan oleh Akun Instagram @bapak2id

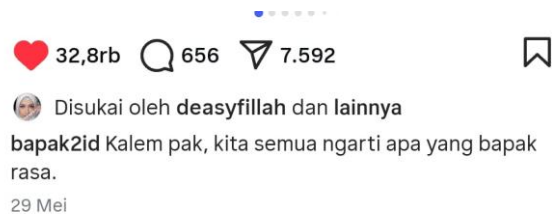
Akun Instagram @bapak2id merupakan sebuah komunitas daring yang didalamnya memuat keseharian bapak-bapak, narasi humor dan nostalgia, bentuk *caring masculinity*, visual ilustratif dengan caption pendukung, serta komentar sosial ringan yang sifatnya jenaka dan tidak menggurui. Komunitas ini juga bertujuan untuk mengedukasi bapak-bapak "tanggung" agar dapat terus berkembang menjadi versi terbaik dari dirinya sendiri. Mengingat bapak-bapak ini ditelisik lebih jauh, tidak memiliki wadah untuk tumbuh dan berkembang bersama, sehingga keberadaan akun ini memiliki harapan dapat menjadi tempat untuk mereka dengan cara mereka. Berikut merupakan narasi-narasi yang dihadirkan dari akun Instagram @bapak2id:

a. *Caption*

Caption yang dibuat dalam akun Instagram @bapak2id biasanya berfungsi sebagai pelengkap atau pendukung dari konten utama yang diunggah dalam bentuk *feeds* visual. Karena sifatnya sebagai pendukung, caption tersebut umumnya ditulis secara ringkas dan padat, tidak terlalu panjang seperti artikel atau tulisan mendalam. Hal ini dilakukan karena narasi utama lebih difokuskan pada konten visual yang disajikan, baik itu berupa ilustrasi, foto, maupun video singkat yang sudah membawa pesan inti. Dengan pendekatan ini, caption bertugas untuk memberikan konteks tambahan, memperkuat pesan, atau memancing interaksi dari

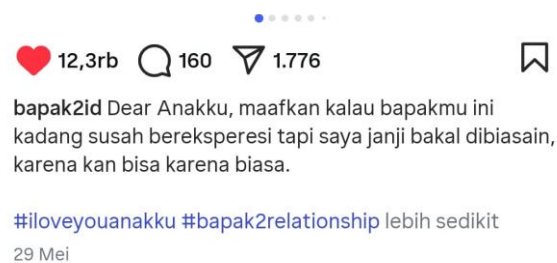
pengikut. Meskipun tidak dominan secara jumlah kata, caption tetap dirancang dengan cermat agar selaras dengan tone dan nilai-nilai yang dibawa oleh akun @bapak2id. Kesederhanaan dalam caption ini juga disesuaikan dengan karakteristik media sosial yang cenderung cepat dan visual.

Gambar 4. 3 Konten Edukasi (Caption)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 4. 5 Konten Edukasi (Caption)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

b. Interaksi Cerita Keseharian dengan Pengikut

Akun Instagram @bapak2id juga memuat cerita keseharian (*real-life stories*) yang dekat dengan pengalaman pengikut terutama bapak-bapak. Diantaranya menyinggung tentang aktifitas rutin, kebiasaan, hobi, serta dinamika sehari-hari yang dialami oleh figur bapak dalam konteks sosial dan keluarga. Media sosial didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif (Endahati, 2019). Narasi ini dibangun secara ringan dan relatable, sehingga menciptakan kedekatan dengan pengikut melalui pengalaman yang bersifat personal maupun kolektif, dengan melalui konten yang disajikan. Konten Instagram dapat mempengaruhi perilaku dari pengikut yang mengkonsumsinya, hal tersebut membuat konten instagram dapat dijadikan media komunikasi yang tepat bagi suatu perusahaan maupun komunitas untuk menyampaikan tujuannya (Trisna, 2023)

Gambar 4. Error! Bookmark not defined. Konten Edukasi (Interaksi



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 4. 11 Konten Edukasi (Interaksi dengan followers)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Pada gambar pertama, interaksi antara akun @bapak2id dan pengikutnya mencerminkan kedekatan yang dibangun melalui humor, nostalgia, dan kejujuran tentang tantangan hidup dewasa. Komentar pengikut seperti “boleh gak kembali ke masa itu” atau “kenapa di sekolah gak diajarin cara jadi dewasa” menunjukkan keresahan umum yang dibalut dalam gaya santai. Tanggapan akun menggunakan nama-nama fiktif seperti “pak munawir” atau “pak danang” semakin mempererat hubungan sosial secara imajinatif. Hal ini menunjukkan bagaimana akun ini memfasilitasi ruang percakapan yang terasa aman dan akrab, sejalan dengan temuan Suryanto (2021) yang menyatakan bahwa media sosial bisa menjadi wadah pembentukan komunitas virtual yang berakar dari keseharian dan nilai-nilai lokal yang dibagikan secara bersama.

Selain itu, gambar kedua menunjukkan bagaimana akun @bapak2id membuka ruang bagi pengikutnya untuk berbagi cerita dan pengetahuan praktis seputar urusan rumah tangga, khususnya dapur. Komentar seperti rekomendasi material dapur dan curhatan biaya dapur memperlihatkan bahwa pengalaman personal pengikut dijadikan bahan diskusi terbuka yang informatif dan relatable. Gaya komunikasinya santai dan penuh keakraban, terlihat dari cara akun ini memanggil pengikut dengan sapaan seperti “Pak Nuang”, yang menciptakan kesan komunitas guyub. Bentuk interaksi ini mencerminkan praktik komunikasi dua arah di media sosial, di mana

pengguna aktif berpartisipasi dalam membentuk makna bersama, sesuai dengan pandangan Lim (2011) bahwa media sosial di Indonesia berkembang sebagai ruang negosiasi sosial dan pertukaran nilai dalam keseharian masyarakat digital.

Selain menyajikan cerita keseharian, akun Instagram @bapak2id juga membangun narasi yang bersifat emosional namun tetap disertai dengan sentuhan humor. Humor yang dihadirkan bukan semata-mata sebagai sarana hiburan, melainkan juga sebagai medium reflektif terhadap dinamika peran ayah dan laki-laki dalam kehidupan sehari-hari. Sentuhan emosional yang disertai humor tersebut memungkinkan terbangunnya kedekatan antara konten dengan pengikut, serta membuka ruang ekspresi maskulinitas yang lebih hangat dan terbuka secara emosional. Menurut Berger (1997), humor dalam media tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ekspresi budaya, tetapi juga sebagai mekanisme sosial untuk menegosiasikan identitas, norma, dan nilai dalam masyarakat. Dalam konteks ini, akun Instagram @bapak2id menghadirkan humor sebagai alat untuk merepresentasikan bentuk maskulinitas alternatif maupun emosional yang ekspresif. Akun @bapak2id, dalam hal ini berkontribusi dalam mendekonstruksi citra maskulinitas hegemonik sebagaimana dijelaskan Connell (1995), melalui representasi yang lebih cair, humanis, dan komunikatif.

Gambar 4. 16 Konten Edukasi 6



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 4. Error! Bookmark not defined. Konten Edukasi (Interaksi



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Pada gambar pertama, komentar dari pengikut menunjukkan narasi emosional yang dibalut dengan sentuhan humor tragis. Ungkapan seperti “aku

ridho padamu istriku” hingga “semoga di surga masih ingat saya yang di neraka” mencampurkan rasa cinta mendalam dengan selera humor yang gelap namun tetap menyentuh. Hal ini mencerminkan budaya komunikasi digital masyarakat Indonesia yang terbiasa mengekspresikan perasaan mendalam dengan cara ringan dan jenaka. Gaya ini memperkuat koneksi emosional di antara pengguna tanpa membuat suasana menjadi terlalu sentimental. Menurut Suryanto (2021), ekspresi humor dalam media sosial sering kali menjadi mekanisme untuk menyampaikan emosi yang kompleks secara lebih dapat diterima oleh publik.

Gambar kedua menampilkan narasi yang sangat emosional namun dibumbui dengan candaan khas suami istri, seperti "kamu tuh butuh pelatihan khusus" hingga "kayaknya Tuhan pengen aku pamer kamu di surga". Ungkapan ini bukan hanya menunjukkan rasa cinta yang mendalam, tetapi juga menunjukkan gaya komunikasi khas warganet Indonesia yang menggabungkan keintiman dengan candaan sarkastik. Humor digunakan bukan untuk mengecilkan rasa sayang, tetapi justru memperkuatnya dengan cara yang lebih humanis dan relatable. Menurut Pramiyanti (2020), narasi yang mengandung humor dalam konteks relasi personal di media sosial memungkinkan pengguna mengekspresikan perasaan tanpa kehilangan sisi hiburan yang menjadi karakter utama platform digital.

c. Ilustrasi Visual

Bentuk narasi lain yang menonjol dalam akun Instagram @bapak2id adalah penggunaan ilustrasi visual yang dikombinasikan dengan *caption* yang sarat akan nilai-nilai *caring masculinity*. Ilustrasi yang ditampilkan umumnya menggambarkan figur pria dalam konteks domestik serta relasional. Seperti menunjukkan afeksi kepada pasangan serta bermain dengan anak-anak. Visual-visual tersebut dikemas dengan gaya yang sederhana namun ekspresif, disertai *caption* yang merefleksikan sikap peduli, empatik, dan penuh kasih sayang, jauh dari representasi maskulinitas yang kaku. Hall (1997), dalam teorinya tentang representasi menekankan bahwa makna tidak hanya dihasilkan melalui bahasa verbal, tetapi juga melalui citra visual. Oleh karena itu, visualisasi tokoh-tokoh laki-laki dalam akun @bapak2id dapat dibaca sebagai praktik representasi sosial yang menantang wacana maskulinitas tradisional. Ilustrasi dan *caption* dalam akun ini secara sadar membentuk narasi baru tentang pria sebagai sosok yang lembut,

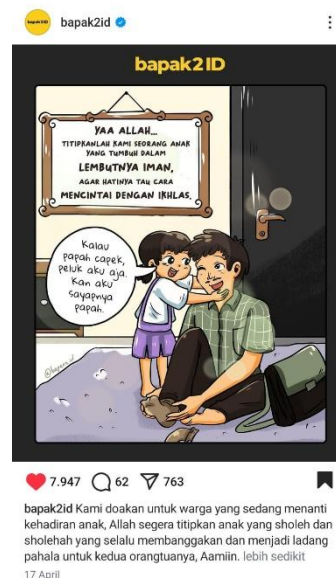
suportif, dan hadir secara emosional dalam kehidupan keluarga, narasi yang kerap terpinggirkan dalam media arus utama.

**Gambar 4. 7 Konten Edukasi
(Ilustrasi visual)**



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

**Gambar 4. 18 Konten Edukasi
(Ilustrasi visual)**



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar pertama menampilkan visual seorang ayah yang sedang menemani dan membimbing anaknya dalam kegiatan merakit mainan mobil. Narasi dalam caption memperkuat makna bahwa mainan adalah penghubung emosional lintas generasi, bukan sekadar aktivitas anak-anak. Representasi ini menunjukkan bentuk *caring masculinity*, dimana laki-laki khususnya ayah menjalankan peran pengasuhan secara aktif, hangat, dan suportif. Hal ini selaras dengan konsep maskulinitas baru yang menekankan empati, kedekatan emosional, dan keterlibatan dalam kehidupan anak (Sudrajat, 2020). Konten ini memperlihatkan bahwa kelekatan emosional antara ayah dan anak dapat dibentuk melalui momen sederhana yang sarat makna, membantah stereotip bahwa pengasuhan adalah domain ibu semata.

Pada gambar kedua, visual seorang anak yang memeluk ayahnya dengan ucapan penyemangat menggambarkan relasi kasih sayang dan dukungan emosional yang hangat antara anak dan figur ayah. Narasi doa di bagian atas juga memperkuat nilai spiritual dan keinginan orang tua untuk membesarkan anak dengan cinta dan keikhlasan. Ini merupakan bentuk *caring masculinity* yang tidak hanya hadir secara fisik tetapi juga secara emosional dan spiritual. Representasi ini mendobrak citra

maskulinitas tradisional yang cenderung keras dan kaku, menuju sosok ayah yang lembut dan penuh perhatian. Menurut Mulyana (2021), transformasi peran ayah dalam budaya populer Indonesia makin mengarah pada figur pengasuh yang empatik dan religius, sebagaimana tercermin dalam konten ini.

Gambar 4. 23 Konten Edukasi (Ilustrasi visual)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 4. 21 Konten Edukasi (Ilustrasi visual)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar ketiga ini menampilkan visual pasangan suami-istri yang tengah menyusun “tembok” kehidupan bersama dari “bata-bata” yang melambangkan cita-cita rumah tangga. Kalimat “Maaf yah, mah belum komplit” dan balasan “Gak apa-apa kok, kita coba lagi” menggambarkan komunikasi penuh empati dan penghargaan terhadap usaha laki-laki dalam membangun rumah tangga. Ini mencerminkan konsep caring masculinity, yaitu maskulinitas yang tidak berpusat pada dominasi, tetapi pada tanggung jawab emosional dan kemitraan. Menurut Heryanto (2020), bentuk maskulinitas semacam ini mulai banyak muncul di ruang digital sebagai respons terhadap kebutuhan representasi laki-laki yang lebih egaliter dan suportif dalam keluarga.

Gambar ini menyuarakan pentingnya komunikasi kasih sayang dari suami kepada istri dalam bentuk yang sederhana namun bermakna. Teks “kata-kata yang menunjukkan kecintaan bapak ke istri selain bilang I love you” menegaskan bahwa cinta tidak selalu harus diungkapkan secara eksplisit, melainkan dapat hadir dalam bentuk tindakan kecil atau pelukan. Ini adalah wujud maskulinitas yang peduli, empatik, dan hangat, konsep yang bertolak belakang dari maskulinitas tradisional

yang kaku dan emosional tertutup. Sejalan dengan itu, Prasetyo (2021) menyebut bahwa media sosial menjadi medium penting dalam mendefinisikan ulang relasi gender dan peran emosional pria dalam hubungan rumah tangga.

d. Konten Humor dalam Akun Instagram @bapak2id

Dalam akun Instagram @bapak2id juga menggunakan gaya konten yang cukup ringan. Dimana penggunaan konten seringkali mengandung humor yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari para bapak, diantaranya seperti pengalaman di rumah, pekerjaan, maupun interaksi sosial yang terjadi. Humor ini membuat konten terasa dekat dan relevan bagi audiensnya. Humor dipercaya dapat lebih bisa diterima oleh berbagai kalangan, diantaranya para bapak-bapak cenderung mudah mengalami stress dikarenakan beban kerja maupun lingkungan disekitarnya, humor dipercaya sebagai salah satu cara dalam mengelola stress yang paling sering dilakukan diantaranya yaitu mengembangkan kepekaan humor (*sense of humor*) memberi sumbangan efektif terhadap kondisi karyawan terhadap tekanan kerja (Siregar, 2022)

Gambar 4. 26 Konten Edukasi (Ilustrasi)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 4. 25 Konten Edukasi (Ilustrasi)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Seperti pada gambar pertama dari akun Instagram @bapak2id, terlihat perbandingan cara membangunkan anak laki-laki antara ibu dan ayah. Sang ibu digambarkan dengan lembut membangunkan anak dengan sentuhan hangat dan kata-kata halus, sedangkan ayah digambarkan seperti sedang melakukan aksi gulat untuk membangunkan anaknya. Humor pada konten ini muncul dari kontras ekstrem dan hiperbolik antara kelembutan ibu dan kekerasan ayah, yang

dipresentasikan dalam bentuk visual yang berlebihan namun relatable. Jenis humor ini tergolong sebagai *exaggeration* dan *situational humor*, di mana orang tua terutama ayah sering kali diasosiasikan dengan cara membangunkan anak secara "ekstrem" dalam konteks bercanda. Konten semacam ini sering digunakan untuk membangun koneksi emosional dengan audiens melalui pengalaman keluarga yang umum dan lucu (Pradipta, 2021). Efektivitas konten ini juga diperkuat dengan penggunaan visual yang dramatis dan caption yang ringan namun sarkastik, mencerminkan gaya khas akun tersebut.

Sedangkan gambar kedua, humor ditampilkan dalam bentuk ajakan untuk tetap menggombal istri walau sudah menikah, dengan kalimat yang kocak "Kumpulan gombalan buat istri biar makin klepek klepek plek". Visual yang menampilkan pria tersenyum sambil mengacungkan jempol memperkuat nuansa positif dan jenaka. Humor di sini bersifat *relational comedy*, yakni humor yang muncul dari dinamika hubungan pasangan suami-istri. Pesan implisitnya adalah ajakan agar suami tetap romantis meskipun sudah tidak dalam masa pendekatan. Gaya bahasa hiperbolik "klepek klepek plek" memberikan efek lucu melalui permainan bunyi dan pengulangan, yang membuatnya mudah diingat dan menghibur. Konten ini memperkuat peran akun @bapak2id sebagai media humor yang juga mendidik tentang pentingnya menjaga kehangatan dalam hubungan rumah tangga. Humor yang dikemas dengan konteks kekeluargaan ini terbukti efektif di media sosial karena mengandung nilai keakraban dan kebersamaan (Firmansyah, 2020).

e. Konten yang Mengandung *Caring Masculinity*

Konten lainnya dalam akun @bapak2id selain menekankan humor, dalam akun ini juga tetap menyelipkan pesan-pesan positif yang mendorong para bapak untuk menjadi pribadi yang lebih baik serta melakukan tugasnya sebagai bapak maupun suami. Selain itu beberapa konten juga menyelipkan narasi *caring masculinity* yang mana hal itu menjadi jembatan lain pemenuhan tugas bapak-bapak selain sebagai pemimpin dalam rumah tangga, namun juga sebagai representasi dari maskulinitas yang lebih peduli dan lebih lembut serta menolak dominasi yang hegemonik.

Pendekatan ini menjadikan @bapak2id sebagai ruang yang inklusif, di mana maskulinitas tidak lagi identik dengan kekuasaan atau kekakuan. Alih-alih

menampilkan citra bapak yang kaku dan otoriter, akun ini justru mendorong sosok bapak yang hangat, hadir secara emosional, dan terbuka terhadap peran pengasuhan. Narasi ini penting dalam membentuk persepsi baru tentang peran laki-laki dalam keluarga modern. Dalam banyak unggahan, terlihat bagaimana empati, komunikasi, dan kasih sayang menjadi nilai yang ditonjolkan. Pesan-pesan ini disampaikan dengan ringan dan relatable, sehingga mudah diterima oleh pengikut dari berbagai latar belakang. Dengan begitu, akun ini turut berkontribusi pada perubahan sosial yang lebih adil dan setara dalam relasi keluarga.

Gambar 4. 28 Konten Edukasi (Motivasi)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 4. 30 Konten Edukasi (Motivasi)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar pertama, menampilkan kalimat pendek namun penuh makna: “Untuk warga di mari.” Meski sederhana, konten ini merupakan bentuk kehadiran simbolik dari figur ayah atau laki-laki yang peduli terhadap komunitas atau masyarakat sekitar. Akun @bapak2id melalui gaya bahasa informal namun inklusif, menghadirkan narasi maskulinitas yang tidak dominan, tetapi merangkul, merawat, dan mengajak untuk refleksi diri. Dalam konteks ini, *caring masculinity* muncul ketika laki-laki mengambil peran aktif dalam membangun relasi sosial yang sehat, tanpa menggunakan kekuasaan atau otoritas, melainkan empati dan perhatian. Hal ini selaras dengan gagasan Heryanto

(2021) yang menyoroti pentingnya transformasi maskulinitas laki-laki Indonesia ke arah yang lebih responsif terhadap relasi sosial dan emosi komunitas. Unggahan ini menunjukkan bahwa menjadi “bapak” bukan lagi soal mendominasi, tetapi hadir dan peduli.

Gambar kedua, menampilkan memperlihatkan wujud nyata dari *caring masculinity* dengan memberi semangat dan pelukan emosional kepada generasi muda yang merasa ingin menyerah. Kalimat motivasional ini dibungkus dengan metafora tajam, “Untuk bikin pedang yang tajam dan mematikan, memang butuh ditempa dan diasah berulang kali,” yang memperlihatkan sisi tegas namun penuh empati dari maskulinitas. Representasi ini mendobrak stereotip laki-laki yang kaku dan anti terhadap perasaan, serta menegaskan bahwa bentuk kepedulian emosional dan dukungan moral adalah bagian penting dari maskulinitas. Menurut studi dari Nurhadi & Nurul Huda (2020), konstruksi maskulinitas baru dalam media sosial kini lebih terbuka terhadap ekspresi afektif yang bersifat membangun, terutama dalam mendampingi proses tumbuh-kembang generasi muda. Postingan ini menjadi contoh bagaimana figur laki-laki dapat menjadi teman seperjalanan yang peduli dan memberdayakan, bukan hanya pengarah.

B. Alasan Pemunculan Narasi dalam Akun Instagram @bapak2id

1. Alasan Pemunculan Narasi
 - a. Pergeseran Budaya dalam Masyarakat

Perubahan dan pergeseran budaya yang semakin signifikan hingga pada saat ini telah mendorong terjadinya mobilitas kesetaraan gender di masyarakat. Abad ini, banyak pegiat gender dan masyarakat baik laki-laki maupun perempuan menyuarakan hak mereka sebagai bentuk dari kesetaraan gender. Sebagai contoh, representasi mengenai maskulinitas dan laki-laki berubah mengikuti perkembangan zaman dan globalisasi. Dimana saat ini kultur masyarakat sudah mulai menerima adanya perubahan gender, karena semakin banyak ibu yang bekerja, sehingga sangat memungkinkan adanya keterlibatan ayah dalam pengasuhan juga. Kedekatan ayah dan anak dapat dibangun melalui sifat ayah yang baik hati dan suka bercanda, cara pendekatan yang santai, memberi kepercayaan pada anak, perhatian, membangun komunikasi intensif, mengajarkan nilai dan aturan, memberi arahan hidup,

memiliki kesamaan, dan dapat menjadi teman sehingga para ayah secara alami dapat lebih dekat dengan anak-anaknya (Fatmasari, 2020)

Seperti sesi wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu admin dari akun Instagram @bapak2id mewakili para pendiri, berikut penjelasan informan Y:

”Semangat utama kami adalah menunjukkan sisi lain dari laki-laki khususnya sosok bapak2 yang selama ini sering digambarkan kaku atau tegas dan jauh secara emosional. Kami melihat, seiring berkembangnya zaman dan terbukanya ruang-ruang diskusi soal kesehatan mental, peran gender, dan relasi sosial, banyak laki-laki mulai mencari cara baru untuk mengekspresikan diri tanpa harus kehilangan jati diri mereka sebagai pria. Konten yang kami angkat muncul dari pemahaman bahwa laki2 itu juga bisa hangat, hadir, dan juga punya humor bapak2 heheh. Itu bagi kami tidak jadi kelemahan justru kekuatan. Kami terutama jadi lebih sadar bahwa komunikasi serta empati & dukungan moral dalam hubungan. Disitu kami merasa penting untuk memunculkan konten ini di media sosial yang relate dgn keadaan orang2” (Wawancara Admin Y, 11 Februari 2025)

Pernyataan dari admin menunjukkan bahwa tujuan utama mereka adalah menggambarkan sosok laki-laki yang lebih hangat dan empatik, terutama bagi figur "bapak" yang seringkali dianggap tegas dan kaku. Mereka mengamati adanya perubahan budaya yang memungkinkan laki-laki untuk lebih terbuka dalam mengekspresikan perasaan dan menunjukkan sisi emosional mereka tanpa mengorbankan identitas maskulinitas mereka. Pemahaman ini semakin berkembang seiring dengan diskusi yang lebih terbuka mengenai kesehatan mental dan peran gender. Konten yang mereka tampilkan berfokus pada pentingnya komunikasi, empati, dan dukungan moral dalam hubungan sosial. Ini menciptakan ruang bagi laki-laki untuk lebih humanis dan dekat dengan pengikutnya, menantang stereotype lama mengenai peran laki-laki yang dominan dan tidak terjangkau secara emosional.

Akun @bapak2id membangun narasi yang aman dan juga lekat dengan candaan namun tetap dalam batas wajar tertentu. Menanggulangi dari stereotip ”bapak-bapak” yang dinilai suka becanda mesum, seksis, dan genit, dalam hal ini akun @bapak2id menghindari candaan-candaan semacam itu. Menurut mereka, candaan seperti itu bukan merupakan candaan yang baik karena dapat menimbulkan ketidaknyamanan. Sesuai tujuannya, akun @bapak2id mengedepankan sisi kasih sayang serta penghormatan terhadap orang lain maupun sekitar. Dalam akun Instagram @bapak2id juga berkeinginan untuk

menunjukkan narasi tentang "bapak-bapak" di media sosial agar lebih relevan dengan perkembangan sosial saat ini. Mereka ingin agar figur bapak dipandang sebagai pribadi yang menyenangkan, punya nilai edukatif dan lucu tanpa melecehkan, serta tetap memiliki kendali diri terutama sebagai bapak maupun suami.

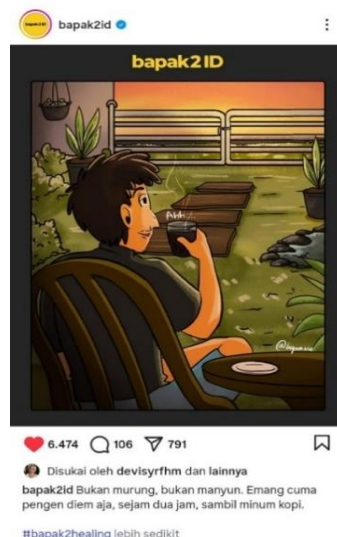
b. *Encoding* dalam Akun Instagram @bapak2id

Encoding adalah proses di mana makna-makna yang diambil dari realitas sosial dikonstruksikan dan dikemas oleh pembuat pesan ke dalam bentuk simbolik yang dapat dipahami oleh audiens. Dalam konteks komunikasi massa, pembuat pesan seperti pengelola akun Instagram @bapak2id mengolah pengalaman sehari-hari, nilai budaya, dan fenomena sosial menjadi konten visual atau teks yang memiliki makna tertentu. Proses ini melibatkan penggunaan simbol, bahasa, dan kode-kode budaya yang umum dipahami oleh masyarakat, agar pesan tersebut terasa relevan dan "nyambung" dengan audiens.

Seperti yang dikutip dalam sesi wawancara yang peneliti lakukan dengan salah satu admin dari akun Instagram @bapak2id mewakili para pendiri, berikut penjelasan informan Y:

"Pilar konten kami adalah *to educate, to inform, to entertain, to Inspire dan to convince*. Jadi, setiap kali kami membuat konten, kami ingin memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga menginspirasi, menghibur, dan mampu meyakinkan audiens. Setiap pilar ini bekerja bersama untuk memastikan audiens mendapatkan nilai lebih, baik dari segi pengetahuan, hiburan, atau bahkan motivasi." (Wawancara Admin Y, 11 Februari 2025)

Gambar 4. 32 Konten Edukasi (Humor)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Seperti contoh salah satu unggahan @bapak2id di atas yang memperlihatkan gambar pria dewasa memakai kaos sambil duduk di teras rumah dengan caption lucu khas “humor bapak-bapak,” pembuat pesan sedang meng-*encode* stereotip visual dan narasi tentang sosok bapak yang sederhana, santai, dan apa adanya. Di balik humor yang ditampilkan, sebenarnya ada konstruksi budaya yang ingin disampaikan, yaitu tentang bagaimana peran laki-laki dewasa di lingkungan domestik sering kali diasosiasikan dengan gaya hidup tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa *encoding* tidak hanya soal menyampaikan pesan, tetapi juga merefleksikan nilai-nilai sosial yang hidup dalam budaya populer.

Gambar 4. 33 Konten Edukasi (Humor)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Pada gambar unggahan akun @bapak2id diatas, menampilkan prajurit militer sebagai latar, yang menyimbolkan struktur rumah tangga dengan gaya hierarkis dan disiplin. Pesan yang di-*encode* oleh pembuat konten menyiratkan bahwa rumah tangga bekerja layaknya institusi formal yang memiliki peran, tugas, dan struktur yang cukup ketat, bahkan lucu jika dibandingkan dengan militer. Dalam konten yang diunggah diatas menampilkan humor dimana didalamnya terdapat parodi mengenai tugas dan fungsi masing-masing anggota keluarga yang dibalut seperti tugas dan fungsi seperti tentara.

2. Narasi yang dihasilkan dari akun instagram @bapak2id
 - a. *Decoding* dalam Akun Instagram @bapak2id

Narasi yang dihasilkan dari akun @bapak2id berupa proses pengikut mencerna konten yang dihadirkan oleh akun Instagram @bapak2id, dalam hal ini tanggapan tersebut berupa proses *decoding*. *Decoding* adalah proses ketika audiens menafsirkan pesan yang sebelumnya telah dikodekan oleh pembuat pesan. Dalam proses ini, penerima pesan membaca dan memaknai simbol, bahasa, atau kode yang digunakan berdasarkan pengalaman pribadi, latar budaya, dan sudut pandang mereka masing-masing. Artinya, pesan tidak diterima begitu saja, tetapi diinterpretasikan secara aktif oleh audiens (Hall, 1980). Proses ini tidak selalu menghasilkan makna yang sama seperti yang dimaksudkan oleh pembuat pesan. Dalam konteks media sosial seperti akun Instagram @bapak2id, audiens sering kali melakukan *decoding* atas pesan-pesan humor yang mengangkat realitas rumah tangga dengan gaya komunikasi yang bermacam-macam mulai dari humor, satir, dan lain sebagainya. Hal ini menciptakan ruang interpretasi yang beragam, termasuk pembacaan dominan, negosiasi, maupun oposisi terhadap makna yang disampaikan.

Menurut Stuart Hall dalam teorinya *Encoding/Decoding* (1980), proses komunikasi tidak bersifat satu arah. Pesan yang dikodekan oleh pembuat (*encoder*) bisa dipahami secara berbeda oleh penerima (*decoder*). Hall, (1980) membagi proses decoding ini menjadi tiga posisi utama:

- 1) Posisi Dominan (*dominant-hegemonic position*)

Posisi dominan merupakan proses dimana audiens menerima pesan persis seperti yang dimaksud oleh pembuat pesan. Mereka sepenuhnya setuju dengan ideologi dan makna yang disampaikan media. Ini terjadi ketika audiens berada dalam posisi sosial dan ideologis yang sama dengan komunikator. Contohnya adalah konten dibawah ini:

Gambar 4. 36 Konten Edukasi (Encoding)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Gambar 4. 34 Konten Edukasi (Decoding)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Pada unggahan akun Instagram @bapak2id di atas yang menampilkan humor khas "bapak-bapak", banyak komentar dari pengikut yang menunjukkan bahwa mereka merasa konten tersebut sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Komentar-komentar seperti "Slide terakhir bener banget hahaha" atau "AH KOK RELATE SIH AH" mencerminkan bahwa audiens menerima dan memahami pesan sesuai dengan maksud pembuat konten, yaitu sebagai representasi humoris dari kehidupan para bapak. Reaksi semacam ini menunjukkan posisi *decoding dominant-hegemonic*, di mana audiens sepenuhnya setuju dan sejalan dengan pesan yang disampaikan.

2) Posisi Negosiasi (*negotiated position*)

Posisi negosiasi merupakan proses dimana audiens menerima sebagian pesan namun menyesuaikannya dengan pandangan atau pengalaman mereka sendiri. Mereka setuju dengan ide umum, tapi menolak atau menafsirkan ulang bagian tertentu.

Gambar 4. 40 Konten Edukasi (Encoding) Gambar 4. 38 Konten Edukasi (Decoding)



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id



Sumber: tangkapan layar postingan @bapak2id

Komentar-komentar diatas dapat dikategorikan sebagai bentuk posisi negosiasi, karena para audiens memahami dan menerima pesan utama yang disampaikan, yaitu humor dan satire tentang relasi sosial dalam rumah tangga seperti tetangga, anak tengah, atau mertua, namun mereka menafsirkannya dengan cara yang disesuaikan dengan pengalaman dan perspektif pribadi. Misalnya, komentar seperti “Tetangga = Supplier & vendor” atau “Mertua: bisa oposisi, bisa koalisi tergantung situasi” menunjukkan bahwa para pengguna tidak hanya tertawa atas isi konten, tetapi juga menambahkan makna baru berdasarkan realitas sosial mereka. Dengan demikian, mereka tidak menolak pesan, tetapi juga tidak menerimanya secara mutlak, melainkan membentuk makna bersama melalui pengalaman masing-masing.

3) Posisi Oposisi (*oppositional position*)

Posisi Oposisi merupakan proses dimana audiens memahami pesan dan makna yang dikodekan, tetapi mereka menolak secara keseluruhan dan menafsirkannya dari sudut pandang yang berlawanan. Penolakan ini muncul karena adanya perbedaan sudut pandang ideologis, pengalaman pribadi, atau nilai-nilai sosial yang dimiliki oleh audiens. Dalam posisi ini, pesan yang telah di-encode oleh pembuat konten tidak diterima begitu saja, tetapi dibaca secara

kritis dan dilawan maknanya (Storey, 2018). Audiens dengan posisi ini biasanya aktif, reflektif, dan mampu mengidentifikasi adanya bias, stereotip, atau kekuasaan dalam pesan media (O'Donnell, 2007).

Contohnya bisa ditemukan ketika konten media mengandung humor yang merendahkan kelompok tertentu, namun audiens justru mengkritiknya sebagai bentuk diskriminasi. Dalam konteks akun Instagram seperti @bapak2id, jika ada pengikut yang menanggapi konten satire rumah tangga dengan komentar menolak karena dianggap memperkuat stigma negatif terhadap peran gender atau keluarga, maka komentar tersebut mencerminkan posisi oposisi. Posisi ini penting dalam studi media karena menunjukkan bahwa audiens tidak selalu pasif, melainkan mampu menciptakan makna tandingan dari pesan yang dominan (Livingstone, 2004).

BAB V

DAMPAK YANG DIAKIBATKAN OLEH NARASI @BAPAK2ID TERHADAP PENGIKUTNYA

A. Gaya Hidup Dan Keseharian Pengikut

1. Perubahan Tindakan Komunikasi

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan G menemukan adanya dampak perubahan gaya komunikasi yang disebabkan oleh konten @bapak2id, hal ini dijelaskan oleh informan sebagai berikut.

”Ya, banyak konten yang relatable dengan kondisi yang ada terutama saya sebagai ayah sekaligus suami. Saya lebih terbuka secara emosional apalagi dengan istri.” (Wawancara informan G, 28 Mei 2025)

Sebagaimana hasil wawancara di atas, maka dapat dipahami terdapat perubahan pola pikir yang dialami. Dalam wawancara yang dilakukan memperlihatkan pergeseran yang cukup berarti yang dialami pengikut dari konten-konten yang ditunjukkan oleh akun @bapak2id. Selain itu, lebih terbuka secara emosional juga menjadi penanda adanya perubahan pada bagian komunikasi. Keterbukaan menjadi salah satu ciri komunikasi antar pribadi yang efektif. Menurut Joseph A. DeVito, (2013), kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek:

- a) Komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada komunikannya. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut dan wajar.
- b) Kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan komunikan yang menjemukan. Bila ingin komunikan bereaksi terhadap apa yang komunikator ucapkan, komunikator dapat memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

- c) Kepemilikan perasaan dan pikiran, dimana komunikator mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang diungkapkannya adalah miliknya dan ia bertanggung jawab atasnya.

Selain itu, informan A juga menyatakan bahwa dirinya juga merasakan dampak yang sama, setelah mengikuti akun Instagram @bapak2id. Hal ini disampaikan dalam sesi wawancara:

”Jadi lebih sering mengobrol dengan istri terkait perkembangan anak terutama” (Wawancara informan A, 30 Mei 2025)

Wawancara dengan informan A mengungkapkan bahwa ia kini lebih sering mengobrol dengan istrinya mengenai perkembangan anak. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kualitas komunikasi dalam rumah tangga, khususnya antara suami dan istri sebagai orang tua (Santrock, 2011). Peningkatan tersebut tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan sebagai hasil dari adanya dorongan atau inspirasi yang diperoleh dari konten edukatif seperti yang disajikan oleh akun Instagram @bapak2id. Akun ini secara konsisten membagikan informasi dan narasi seputar peran aktif ayah dalam pengasuhan. Informan A, sebagai pengikut akun tersebut, tampaknya memperoleh kesadaran baru mengenai pentingnya keterlibatan ayah, tidak hanya dalam tindakan fisik, tetapi juga dalam komunikasi yang mendalam dengan pasangan. Dalam konteks ini, komunikasi menjadi alat penting untuk menyatukan persepsi dan strategi pengasuhan anak yang sehat dan konsisten.

Menurut pakar komunikasi keluarga, Mark T. Morman dan Elizabeth M. Floyd (2006), dalam studinya, komunikasi yang terbuka dan rutin antara pasangan berkontribusi besar terhadap keharmonisan rumah tangga dan perkembangan psikososial anak. Ketika ayah terlibat dalam percakapan tentang anak, mereka tidak hanya meningkatkan hubungan dengan anak, tetapi juga memperkuat ikatan emosional dengan pasangan (Morman, 2006). Inilah yang terlihat pada perubahan perilaku informan A, yang kini secara aktif berinisiatif berdialog tentang tumbuh kembang anak. Hal ini mencerminkan efek positif dari eksposur terhadap konten media sosial yang memiliki nilai edukatif dan emosional. Akun @bapak2id berhasil menggeser narasi lama tentang peran ayah yang pasif menjadi figur yang terlibat dan reflektif. Perubahan ini penting dalam membentuk pola pengasuhan yang lebih terhubung dan penuh empati di lingkungan keluarga.

Selain itu, perubahan ini mencerminkan adanya pergeseran budaya komunikasi dalam keluarga modern, di mana media sosial menjadi salah satu sumber pembelajaran dan refleksi diri bagi orang tua, terutama ayah. Banyak pria yang sebelumnya tidak terbiasa mengekspresikan diri atau membahas isu pengasuhan, kini menemukan ruang yang aman dan relevan melalui akun-akun seperti @bapak2id. Dari segi psikologis, menurut Feinberg (2003) komunikasi antarpasangan mengenai anak memperkuat kerja sama, mengurangi stres pengasuhan, dan memperbesar rasa percaya diri sebagai orang tua. Dalam jangka panjang, pola komunikasi yang sehat ini juga berdampak pada kestabilan emosional anak karena anak tumbuh dalam lingkungan yang suportif dan terbuka (Berk, 2013). Dengan demikian, testimoni informan A adalah bukti kecil namun nyata bahwa edukasi melalui media sosial memiliki dampak riil dalam mengubah pola pikir dan perilaku orang tua masa kini menuju arah yang lebih positif dan setara.

Selain informan A dan informan G, informan F juga menyatakan hal yang sama. Ia merasakan perubahan komunikasi yang cenderung lebih baik, setelah mengikuti akun Instagram @bapak2id. Hal ini disampaikan melalui wawancara:

“Sebagian besar iya, terutama tentang bagaimana peran seorang pria dalam kehidupan rumah tangga, mulai hal-hal kecil seperti bagaimana caranya memperbaiki sesuatu dalam rumah tangga sampai dengan bagaimana cara menyikapi sesuatu dalam rumah tangga melalui komunikasi yang baik dengan keluarga” (Wawancara informan F, 30 Mei 2025)

Pernyataan informan di atas menunjukkan bahwa setelah mengikuti akun Instagram @bapak2id, ia mengalami perubahan dalam memahami dan menjalankan perannya sebagai suami dan ayah. Ia menyebut bahwa perubahan tersebut tidak hanya mencakup aspek teknis dalam rumah tangga seperti memperbaiki sesuatu, tetapi juga mencakup aspek emosional dan komunikasi. Ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sumber pembelajaran informal bagi laki-laki dalam menjalankan peran domestik secara lebih sadar dan aktif. Menurut Nasrullah (2015), media sosial berperan sebagai saluran penyebaran nilai-nilai baru dalam masyarakat yang dapat memengaruhi perilaku individu secara signifikan. Akun seperti @bapak2id memberikan ruang bagi laki-laki untuk merefleksikan identitas mereka sebagai ayah dan suami secara lebih terbuka dan modern. Dalam konteks ini, munculnya kesadaran tentang pentingnya komunikasi

keluarga merupakan bagian dari transformasi peran laki-laki dalam struktur rumah tangga masa kini.

Perubahan yang dirasakan informan juga memperlihatkan bahwa komunikasi keluarga menjadi lebih intens dan bermakna setelah ia terpapar konten edukatif dari akun tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan Nuryana (2022) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif antara pasangan dalam keluarga memiliki dampak signifikan terhadap ketahanan keluarga dan kestabilan psikologis anak. Melalui komunikasi yang terbuka dan penuh empati, pasangan dapat menyelaraskan nilai, peran, dan tanggung jawab dalam pengasuhan. Keterbukaan seperti ini tidak hanya meningkatkan kualitas relasi suami-istri, tetapi juga menciptakan lingkungan yang aman dan suportif bagi tumbuh kembang anak (Nasrullah, 2015). Akun @bapak2id secara tidak langsung menyediakan narasi dan contoh nyata yang mendorong para ayah untuk tidak hanya hadir secara fisik, tetapi juga secara emosional melalui komunikasi aktif. Hal ini penting, karena dalam budaya patriarki, peran ayah seringkali hanya dibatasi pada fungsi finansial.

Menurut Deddy Mulyana (2005), komunikasi adalah proses penyampaian pesan antara manusia yang terjadi dalam konteks sosial dan budaya tertentu. Komunikasi tidak hanya dilihat sebagai proses satu arah, melainkan sebagai interaksi kolektif yang melibatkan pertukaran makna antar individu dan kelompok. Dalam pandangan ini, komunikasi mencerminkan hubungan timbal balik yang bersifat dinamis, di mana makna dibangun secara bersama-sama oleh para pelaku komunikasi melalui simbol, bahasa, perilaku, dan konteks situasional yang melingkupinya.

Mulyana (2005), menekankan bahwa dalam kehidupan sosial, komunikasi menjadi unsur fundamental dalam membangun struktur sosial dan menjaga keteraturan interaksi antarindividu maupun kelompok. Komunikasi sebagai proses kolektif ini menciptakan identitas sosial, memperkuat nilai-nilai bersama, dan menjadi alat utama dalam pengorganisasian kehidupan bermasyarakat.

Menurut Setiawan (2019) ketika pasangan suami istri mampu membangun komunikasi dua arah yang baik, maka keluarga akan lebih adaptif dalam menghadapi konflik dan tekanan eksternal. Dengan demikian, media sosial seperti @bapak2id tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi media pembelajaran reflektif yang berdampak pada relasi personal dan keluarga.

Perubahan ini mencerminkan pergeseran budaya komunikasi dalam keluarga Indonesia, dari yang kaku dan hirarkis menjadi lebih setara dan kooperatif (Setiawan, 2019). Maka dari itu, testimoni informan menjadi bukti konkret bagaimana komunikasi keluarga bisa berkembang melalui edukasi digital yang tepat sasaran.

2. Perubahan Serta Relevansi Konten Dalam Keseharian

Dalam kehidupan sehari-hari, baik sebagai anggota keluarga maupun sebagai anggota kelompok masyarakat selalu melakukan interaksi dengan orang lain, termasuk di dalamnya adalah keluarga. Keluarga merupakan kelompok primer paling penting dalam masyarakat, yang terbentuk dari hubungan laki-laki dan perempuan, perhubungan ini yang paling sedikit berlangsung lama untuk menciptakan dan membesarkan anak-anak (Soerjono, 2014)

Keluarga bahagia sejatinya adalah kebersamaan. Kebersamaan bisa diwujudkan dengan sarapan dan makan malam bersama yang riang, bersenda gurau sambil bertanya kesehatan anggota keluarga dan aktifitas apa saja yang dilakukan sehari-hari di luar rumah. Berbagi tugas membersihkan rumah saat akhir pekan, dan tentu saja saling membantu jika salah satu anggota keluarga membutuhkan pertolongan. Hal-hal seperti itulah yang dapat menciptakan keharmonisan dan keakraban, memperkuat ikatan keluarga saling memahami dan menerima satu sama lain, serta membuat waktu yang ada menjadi berharga dan dapat dinikmati (Novianti dkk, 2017). Kebersamaan dalam keluarga menjadi hal yang sangat penting, untuk mewujudkan keluarga yang bahagia. Seperti temuan dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti:

”Lebih berusaha lagi mencari cara agar bisa tetap hidup seimbang dengan lebih mengutamakan agar bisa punya lebih banyak waktu untuk bersama keluarga” (Wawancara informan F, 30 Mei 2025)

Kebersamaan dalam keluarga tidak hanya menciptakan rasa aman dan nyaman, tetapi juga memperkuat ikatan emosional antar anggota keluarga. Sejalan dengan pernyataan informan F, banyak ahli menegaskan bahwa waktu berkualitas yang dihabiskan bersama keluarga merupakan fondasi dari keluarga yang harmonis. Menurut Papalia, dkk (2009), interaksi rutin dan bermakna seperti makan bersama,

berbincang tentang kegiatan harian, atau bekerja sama dalam kegiatan rumah tangga mampu meningkatkan kohesi keluarga dan memperkuat rasa memiliki.

Hal ini juga dijelaskan oleh Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (2016) dalam Pedoman Umum Ketahanan Keluarga, yang menyebutkan bahwa kebersamaan keluarga adalah indikator penting dalam ketahanan keluarga karena menciptakan komunikasi yang terbuka, saling memahami, dan mendukung satu sama lain dalam menghadapi tantangan hidup. Upaya seperti yang dilakukan informan F untuk memprioritaskan waktu bersama keluarga merupakan langkah nyata dalam mewujudkan keluarga yang sehat, kuat dan bahagia.

Temuan serupa juga ditemukan pada informan G mengenai relevansi konten dengan keseharian pengikut, sebagaimana yang dijelaskan dalam sesi wawancara:

”Konten yang relate dengan kehidupan Bapak-bapak seperti saya, banyak konten yang diupload sangat relatable dengan kondisi yang ada terutama saya sebagai ayah sekaligus suami” (Wawancara informan G, 28 Mei 2025)

Pernyataan informan G menunjukkan bahwa konten akun Instagram @bapak2id memiliki relevansi tinggi terhadap keseharian pria yang berperan sebagai ayah dan suami. Informan merasakan kedekatan emosional dengan isi konten karena mencerminkan pengalaman yang nyata dalam kehidupan rumah tangga. Hal ini membuktikan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam menyediakan ruang reflektif yang sesuai dengan realitas pengikutnya. Nasrullah (2015) menyatakan bahwa kekuatan media sosial terletak pada kemampuannya merepresentasikan pengalaman individu secara kolektif sehingga menciptakan rasa kedekatan dan kebersamaan. Konten yang relatable membentuk rasa keterlibatan audiens karena mereka merasa kehidupan mereka direpresentasikan dengan jujur dan terbuka (Nasrullah, 2015). Dalam konteks ini, @bapak2id telah berhasil membangun hubungan emosional yang kuat dengan pengikutnya melalui narasi yang membumi dan mudah diterima. Ini menjadi pintu masuk penting dalam membentuk kesadaran sosial dan peran gender dalam rumah tangga.

Keterkaitan antara konten dan keseharian juga menunjukkan bahwa @bapak2id tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi sosial mengenai peran laki-laki dalam keluarga. Ketika konten mencerminkan realitas

yang dialami, maka audiens lebih mudah untuk menerima pesan dan menginternalisasinya sebagai bagian dari nilai yang mereka jalani. Menurut hasil penelitian dari Suryanto (2020), konten media yang relevan dengan pengalaman pribadi audiens memiliki kekuatan dalam membentuk sikap, perilaku, dan identitas sosial, termasuk dalam ranah keluarga. Suryanto (2020) menegaskan bahwa identifikasi diri dengan media terjadi ketika individu menemukan kemiripan antara dirinya dan representasi yang ditampilkan dalam media. Dalam hal ini, @bapak2id memberi ruang aman bagi pria untuk melihat bahwa menjadi ayah dan suami yang peduli serta terbuka bukanlah kelemahan, melainkan bagian penting dari peran keluarga yang modern dan setara. Dengan demikian, konten relatable berperan besar dalam mendorong perubahan sikap dalam pengasuhan dan komunikasi keluarga.

Selain itu, konten yang dekat dengan realitas ini juga memberikan dampak positif terhadap keterlibatan emosional ayah dalam keluarga. Melalui representasi kehidupan nyata, para pengikut seperti informan merasa bahwa mereka tidak sendiri dalam menghadapi tantangan sebagai kepala keluarga. Hal ini sejalan dengan pendapat Nasrullah (2015) yang menyatakan bahwa media sosial dapat menjadi medium yang membangun solidaritas antarindividu dengan pengalaman yang serupa. Dukungan emosional ini kemudian mendorong ayah untuk lebih aktif, empatik, dan terbuka dalam perannya di rumah. Proses ini penting dalam membentuk budaya keluarga yang sehat dan komunikatif, di mana laki-laki tidak lagi menjadi figur yang diam atau dominan semata, tetapi juga hadir secara emosional. Dengan kata lain, relevansi konten menjadi elemen kunci dalam memicu perubahan perilaku positif dalam kehidupan rumah tangga sehari-hari (Nasrullah, 2015).

Selain informan G dan informan F, temuan serupa juga ditemukan dalam sesi wawancara dengan informan A, yang menyampaikan hal yang serupa. Berikut wawancara dengan informan A:

“Ya, banyak kontennya sangat sesuai dengan kondisi bapak bapak, sehabis itu jadi banyak waktu dengan anak dan banyak bercanda dengan istri menjadikan moment yang kami lakukan menjadi lebih berkualitas”
(Wawancara informan A, 30 Mei 2025)

Pernyataan informan A menunjukkan bahwa konten yang dibagikan oleh akun Instagram @bapak2id sangat sesuai dengan realitas pria yang berperan sebagai

suami sekaligus ayah. Setelah mengakses konten tersebut, informan mengaku lebih banyak meluangkan waktu dengan anak dan lebih dekat dengan istri melalui canda dan kebersamaan. Ini menunjukkan bahwa konten digital yang relatable mampu memengaruhi perubahan sikap dalam relasi keluarga. Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial berperan sebagai ruang pembentuk identitas dan perilaku melalui interaksi yang bersifat kasual namun konsisten. Dalam kasus ini, @bapak2id menyuguhkan narasi rumah tangga yang realistis dan hangat, yang menjangkau pengalaman emosional para pengikutnya. Sehingga, media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga media penguatan peran domestik yang penuh empati.

Relasi antara konten dan perubahan perilaku dalam keluarga juga diperkuat oleh penelitian dari Widiastuti (2019), yang menekankan bahwa media digital berperan dalam membentuk komunikasi keluarga yang lebih sehat dan fungsional. Ketika seorang ayah terinspirasi untuk lebih aktif bercengkerama dengan anak atau bercanda dengan pasangan, hal itu menunjukkan peningkatan kualitas komunikasi interpersonal. Widiastuti (2019) menegaskan bahwa peran media dalam pengasuhan digital tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif. Artinya, konten yang sesuai dengan pengalaman pengguna dapat mengubah cara individu memahami dan menjalankan relasinya di dalam keluarga. Akun seperti @bapak2id menyajikan representasi keluarga dengan pendekatan yang setara dan terbuka, memunculkan model perilaku baru yang lebih adaptif. Dalam konteks ini, konten relatable memperkuat peran ayah sebagai sosok yang aktif secara emosional, bukan hanya fungsional. Maka, terjadilah pergeseran nilai yang lebih inklusif dalam dinamika keluarga modern.

Disisi lain, konten yang sesuai dengan realitas keseharian mampu menciptakan momen keluarga yang lebih bermakna dan berkesan. Informan menyebut bahwa kebersamaan dengan anak dan istri menjadi lebih berkualitas setelah mengikuti akun tersebut. Ini menunjukkan peran media sosial dalam membentuk emotional bonding melalui inspirasi tindakan sederhana namun berdampak besar. Nasrullah (2015) menyebut media sosial sebagai ruang budaya yang memungkinkan masyarakat membentuk nilai-nilai baru secara partisipatif. Dengan menampilkan kisah keseharian yang tidak menggurui, tetapi membumi, @bapak2id menciptakan identifikasi yang kuat dengan pengikutnya. Ini menciptakan dorongan internal untuk lebih hadir secara emosional dalam keluarga. Dalam hal ini, peran ayah tidak

hanya menjadi simbol otoritas, melainkan juga sosok yang mampu menghadirkan kehangatan dan keterlibatan nyata. Konten relatable menjadi titik awal bagi transformasi relasi keluarga yang lebih setara dan suportif (Widiastuti, 2019).

B. Kesadaran Kritis Mengenai Representasi Media

1. Pemahaman Tentang Narasi Media Dan Identitas Gender

Era modernisasi sekarang dinamika identitas gender dalam masyarakat urban kian mengalami transformasi yang signifikan yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan globalisasi. Gender menjadi isu yang tidak pernah lekang yang selalu menjadi perhatian bagi masyarakat maupun pembuat kebijakan. Perbedaan perspektif mengenai definisi dari gender dan jenis kelamin masih banyak yang belum mampu membedakan antara keduanya sehingga menimbulkan bias dan ketidakadilan gender (Astuti D. , 2020). Gender dan jenis kelamin memiliki perbedaan yang mendasar, menurut Setiadi (2011), jenis kelamin atau seks merupakan pembagian fisiologi atau anatomi manusia secara biologis. Sedangkan gender merupakan istilah yang digunakan dalam membedakan antara laki-laki dan perempuan dari segi sosiokultural.

Media sosial sebagai ruang publik yang tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai tempat konstruksi sosial. Ruang digital tersebut menjadi tempat memproduksi dan mendistribusikan narasi yang berkaitan dengan persepsi gender yang kemudian dapat diakses oleh semua kalangan. Sehingga konstruksi sosial mengenai identitas gender tidak lagi terbatas pada interaksi langsung di dunia nyata tetapi dipengaruhi juga oleh narasi, konten-konten, video-video edukasi mengenai gender serta narasi yang beredar di platform digital (Wahyuni, 2024). Pemanfaatan platform media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram merupakan gerakan sosial atau aktivisme media sosial dengan istilah *social media activism* (Gerbaudo,dkk 2015) guna meningkatkan kesadaran dan pemahaman untuk mengapresiasi dan diskusi mengenai gender (Adnyani, 2023)

Hasil wawancara yang dilakukan kepada informan F menemukan adanya pemahaman tentang narasi media dan identitas gender yang terjadi setelah mengikuti akun Instagram @bapak2id, hal ini dijelaskan oleh informan sebagai berikut:

”Sangat maskulin, saat ini menjadi pemimpin keluarga tidak harus digambarkan dengan contoh2 patriarki yang kaku. Bapak2ID bisa tuh, masih jadi Pemimpin Keluarga tapi seru, ngerti kebutuhannya, paham

sama perasaan istri dan anaknya.” (Wawancara informan F, 30 Mei 2025)

Pernyataan informan F mencerminkan perubahan pemahaman tentang maskulinitas dalam peran keluarga setelah mengikuti akun Instagram @bapak2id. Informan menyadari bahwa menjadi pemimpin keluarga tidak harus digambarkan secara patriarkal dan kaku, melainkan bisa tetap maskulin sambil menunjukkan empati dan kehangatan terhadap anak dan istri. @bapak2id dinilai mampu membingkai sosok bapak sebagai pemimpin yang tetap maskulin namun empatik, komunikatif, dan responsif terhadap kebutuhan keluarga. Representasi ini menunjukkan bahwa media sosial mampu menyajikan narasi gender yang lebih fleksibel. Media seperti @bapak2id turut serta dalam mendekonstruksi stereotip gender yang membatasi. Ini mencerminkan dukungan terhadap narasi media yang lebih setara dan manusiawi. Menurut Suryadi (2018), media digital saat ini berperan dalam mendekonstruksi stereotip gender tradisional melalui penyampaian pesan yang bersifat partisipatif dan reflektif. @bapak2id menjadi contoh bagaimana ruang media bisa digunakan untuk menyuarakan bentuk kepemimpinan laki-laki yang lebih kontekstual dan bumi (Suryadi, 2018). Hal ini penting dalam membentuk identitas gender baru yang lebih sesuai dengan dinamika keluarga masa kini. Maka, konten @bapak2id membuka peluang redefinisi peran ayah dan suami yang lebih relevan dengan kebutuhan emosional keluarga.

Identitas gender laki-laki dalam rumah tangga sering kali dikonstruksi oleh budaya dominasi dan jarak emosional. Namun, melalui akun @bapak2id, informan menemukan bentuk maskulinitas yang lebih cair dan komunikatif. Narasi ini memberikan ruang bagi laki-laki untuk tetap menjadi pemimpin tanpa harus menampilkan kekuasaan yang keras. Budiman (2019) menyatakan bahwa media sosial berperan dalam memperluas diskursus tentang maskulinitas melalui representasi baru yang menyentuh sisi emosional laki-laki dalam keluarga. Dalam hal ini, konten yang ditampilkan mengajak para ayah untuk terlibat secara aktif dan afektif dalam kehidupan keluarga. Budiman (2019) juga menekankan bahwa bentuk komunikasi seperti ini menciptakan relasi yang lebih setara dan saling memahami antara pasangan. Maka, media sosial menjadi katalis dalam transformasi cara pandang terhadap gender dan peran domestik laki-laki. Pengalaman informan menunjukkan bahwa narasi yang ditampilkan media mampu menginspirasi perubahan sikap secara nyata.

Transformasi ini menunjukkan bagaimana narasi media membentuk ulang makna kepemimpinan dalam keluarga dari perspektif gender. Informan menilai bahwa sosok ayah yang "ngerti perasaan istri dan anak" tetap bisa menjadi pemimpin yang dihormati, bahkan lebih efektif secara emosional. Nasrullah (2015) menyebut media sosial sebagai ruang budaya yang memungkinkan individu memproduksi dan mengonsumsi representasi identitas secara langsung. Dalam konteks ini, akun seperti @bapak2id memungkinkan laki-laki untuk merefleksikan dan membentuk ulang identitasnya dengan dukungan sosial dari komunitas virtual yang serupa. Representasi yang hangat, jujur, dan lucu membuat pesan-pesan gender terasa relevan dan membumi (Nasrullah, 2015).

Temuan serupa mengenai pemahaman tentang narasi media dan identitas gender yang terjadi setelah mengikuti akun Instagram @bapak2id juga dialami oleh informan G, berikut hasil wawancaranya:

"Bapak2id sudah sesuai dengan gambaran laki-laki dewasa berkeluarga pada umumnya, maskulin tapi tetap sayang keluarga" (Wawancara informan G, 28 Mei 2025)

Pernyataan informan G menyoroti representasi laki-laki berkeluarga yang tetap maskulin namun juga penuh kasih sayang terhadap keluarga. Ini menunjukkan bahwa akun @bapak2id mampu merepresentasikan identitas laki-laki dewasa secara lebih realistis dan kontekstual. Representasi semacam ini penting karena menantang stereotip maskulinitas tradisional dan membuka ruang bagi narasi baru yang lebih kompleks dan relevan dengan realitas kehidupan pria dewasa berkeluarga di masa kini. Di era media sosial, narasi tentang gender tidak lagi terikat pada stereotip lama yang kaku. Menurut Yuniarti (2020), media sosial menyediakan ruang terbuka bagi laki-laki untuk mengeksplorasi peran domestik dan emosional yang selama ini tidak diasosiasikan dengan maskulinitas. Dalam konteks ini, @bapak2id menyajikan figur ayah yang tangguh namun tetap hangat dan responsif terhadap dinamika keluarga. Hal ini memperluas cakupan identitas gender laki-laki, yang tidak hanya diukur dari kekuasaan, tapi juga dari kepekaan dan keterlibatan emosional. Sehingga, media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, melainkan juga wahana transformasi identitas sosial.

Narasi media yang ditampilkan oleh akun @bapak2id menunjukkan bahwa maskulinitas tidak perlu dilepaskan dari nilai-nilai afeksi dan kedekatan emosional.

Representasi seperti ini memperlihatkan bentuk kepemimpinan yang tidak otoriter, melainkan kolaboratif dan partisipatif. Menurut Saraswati (2021), media digital mampu merekonstruksi ulang peran gender dengan mengangkat pengalaman keseharian laki-laki dalam keluarga (Saraswati, 2021). Konten yang relatable dan bernuansa emosional membuat laki-laki merasa lebih diterima saat menunjukkan sisi sensitif mereka. Hal ini mematahkan anggapan bahwa menunjukkan perasaan adalah bentuk kelemahan dalam maskulinitas. Akun seperti @bapak2id menampilkan bahwa peran ayah bisa dijalankan dengan keseimbangan antara logika dan empati.

Melalui konten yang bersifat reflektif dan humoris, @bapak2id berhasil menciptakan ruang aman bagi laki-laki untuk menyuarakan pengalaman dan perasaan mereka sebagai kepala keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki kekuatan dalam membentuk opini dan persepsi kolektif terhadap maskulinitas. Media sosial memungkinkan pengguna untuk membangun identitas gender melalui interaksi dan identifikasi terhadap konten yang mereka konsumsi (Lestari, 2022). Akun @bapak2id menjadi medium edukatif sekaligus representatif bagi laki-laki yang ingin hadir secara utuh dalam keluarga, tanpa harus meninggalkan jati dirinya sebagai pria. Identitas gender yang sebelumnya sempit kini berkembang menjadi lebih fungsional, relasional, dan realistis. Narasi media seperti ini sangat penting dalam membangun keluarga yang saling mendukung dan sehat secara emosional.

Yuniarti (2020) menegaskan bahwa pergeseran makna maskulinitas di media sosial sangat berpengaruh terhadap perilaku dan cara berpikir laki-laki dalam kehidupan nyata. Hal ini menjadikan media sebagai alat transformasi sosial yang menjangkau ke ranah pribadi, seperti peran ayah dan suami dalam keluarga. @bapak2id memberikan contoh nyata bahwa maskulinitas baru bukanlah bentuk kelemahan, tetapi kekuatan dalam bentuk yang lebih manusiawi. Maka, pemahaman gender melalui narasi media semakin berkembang dan responsif terhadap kebutuhan emosional dan sosial di era digital ini.

Selain informan F dan informan G, juga ditemukan dalam sesi wawancara dengan informan A yang menyampaikan hal yang serupa. Berikut wawancara dengan informan A:

“Ya, akun ini menggambarkan maskulinitas yang lebih natural. Ada sisi keras dan lunak laki laki sebagai bapak atau suami” (Wawancara informan A, 30 Mei 2025)

Pernyataan informan A menegaskan bahwa akun @bapak2id memberikan gambaran tentang laki-laki yang seimbang: kuat namun tetap bisa menunjukkan sisi lembut. Model seperti ini sangat relevan di tengah tuntutan sosial terhadap peran ayah yang semakin kompleks. Ketika media menyajikan figur laki-laki yang hanya keras dan dominan, banyak pria merasa tertekan oleh ekspektasi yang tidak sesuai dengan pengalaman pribadi mereka. Namun, melalui konten yang dekat dengan keseharian, akun ini justru memberi ruang bagi laki-laki untuk memahami bahwa menjadi seorang bapak bisa berarti kuat sekaligus penuh perhatian. Menurut Nuryatin (2021), media digital memiliki kekuatan membentuk cara pandang baru yang lebih realistis mengenai peran laki-laki dalam keluarga. Akun seperti ini memberi contoh konkret bagaimana seorang ayah tetap bisa menjadi pemimpin rumah tangga tanpa kehilangan kepekaan emosionalnya. Maka, konten yang seimbang seperti ini membantu membangun pemahaman baru tentang peran laki-laki dalam kehidupan domestik.

Akun @bapak2id mendorong laki-laki untuk merasa nyaman dalam menjalankan peran emosional, seperti membangun kedekatan dengan anak atau menjadi pendengar bagi istri. Media yang menyajikan figur laki-laki dalam peran emosional membantu menormalisasi sikap terbuka dan ekspresif pada pria, yang selama ini dibatasi oleh norma maskulinitas tradisional (Rachmat, 2020). Akun ini memperlihatkan bahwa sikap lembut dan kemampuan berkomunikasi bukan bentuk kelemahan, tetapi kekuatan yang dibutuhkan dalam relasi keluarga. Konten semacam ini juga memberi validasi pada laki-laki bahwa mereka tidak sendiri dalam menjalani peran rumah tangga yang penuh tuntutan emosional. Melalui narasi-narasi ini, banyak pria merasa lebih percaya diri untuk terlibat aktif dalam pengasuhan dan komunikasi keluarga. Ini memperkuat pemahaman bahwa peran gender bersifat dinamis dan bisa berkembang seiring waktu.

Secara keseluruhan, akun Instagram @bapak2id berhasil menjadi ruang pembelajaran sosial yang memperluas cara pandang tentang laki-laki dan maskulinitas dalam keluarga. Tidak hanya menyampaikan pesan moral, akun ini juga menawarkan model laki-laki yang lebih fleksibel dan berdaya dalam membangun relasi. Menurut Fitriyani (2022), media sosial dapat menjadi alat

penting dalam membentuk identitas laki-laki modern yang tidak hanya tangguh secara fisik, tetapi juga matang secara emosional dan relasional (Fitriyani, 2022). Konten yang relatable mempercepat proses internalisasi nilai-nilai baru tanpa kesan menggurui. Maka, narasi yang disebar oleh akun seperti @bapak2id bukan hanya bermanfaat secara personal, tetapi juga memiliki dampak kolektif dalam memperkuat nilai kesetaraan dan kedekatan emosional dalam rumah tangga.

2. Dukungan Terhadap Representasi Yang Lebih Inklusif

Dalam kerangka pemikiran Stuart Hall, representasi adalah proses aktif membentuk makna melalui bahasa dan simbol yang diproduksi oleh media (Hall, 1997). Representasi ini tidak bersifat netral, melainkan sarat dengan ideologi yang mencerminkan dan sekaligus memengaruhi struktur sosial. Ketika media menyajikan citra tertentu tentang laki-laki, misalnya sebagai ayah yang humoris, sensitif, dan partisipatif dalam keluarga, makna sosial tentang maskulinitas pun dapat bergeser.

Hall (1997), menekankan bahwa audiens bukan sekadar penerima pasif, melainkan aktif membangun makna dari pesan yang dikonsumsi. Dalam konteks ini, akun Instagram @bapak2id berperan sebagai arena budaya yang menampilkan maskulinitas yang lebih inklusif, jauh dari dominasi citra laki-laki patriarkal yang kaku. Konten yang disajikan menjadi bentuk negosiasi antara nilai-nilai tradisional dan narasi baru yang lebih setara dan empatik.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada informan G menemukan adanya dukungan terhadap representasi yang lebih inklusif setelah mengikuti akun Instagram @bapak2id, hal ini dijelaskan oleh informan sebagai berikut:

”Penting, karena dilihat dari konten yang memiliki engagement tinggi, artinya masih sangat relate dengan kehidupan Bapak-bapak” (Wawancara informan G, 28 Mei 2025)

Pernyataan informan G bahwa konten dengan *engagement* tinggi menunjukkan keterkaitan yang kuat dengan kehidupan bapak-bapak mengindikasikan keterbukaan terhadap narasi yang lebih inklusif. Hal ini menunjukkan bahwa audiens merasa terwakili dan terhubung secara emosional dengan narasi yang disajikan, sehingga semakin memperkuat kebutuhan akan ruang digital yang tidak hanya menghibur, tetapi juga merepresentasikan pengalaman hidup beragam

kelompok secara autentik dan inklusif. Dalam pandangan Hall (1997), tingginya partisipasi audiens dalam merespons konten menandakan bahwa makna yang disampaikan berhasil diinternalisasi dan dirasakan sebagai bagian dari pengalaman hidup mereka. Konten media sosial yang menampilkan pengalaman emosional laki-laki dalam rumah tangga mendorong keterlibatan emosional dan meningkatkan refleksi diri di kalangan pria (Damayanti, 2020). Akun @bapak2id melalui narasi-narasi relatable berhasil menampilkan sosok ayah dan suami yang tidak hanya hadir secara fisik, tapi juga secara emosional. Ini menjadi bagian dari konstruksi maskulinitas baru yang lebih kompleks dan kontekstual.

Selain itu, dukungan terhadap akun ini menunjukkan bahwa publik, khususnya laki-laki, sedang mencari identitas yang lebih relevan dengan realitas sosial mereka. Hall (1997) menjelaskan bahwa makna tidak pernah bersifat tetap, tetapi terus bergeser tergantung konteks budaya dan sosial yang melingkupinya. Akun @bapak2id memanfaatkan ruang digital untuk menawarkan narasi yang lebih cair tentang peran laki-laki, bahwa menjadi suami dan ayah tidak melulu tentang otoritas, tetapi juga tentang kasih sayang dan kehadiran. Nurhadi (2021) mencatat bahwa ketika media menghadirkan laki-laki dalam peran pengasuhan dan relasional, hal ini membuka ruang penerimaan terhadap peran gender yang lebih fleksibel (Nurhadi, 2021)

Akun @bapak2id menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya tempat berbagi informasi, tetapi juga sarana transformasi sosial. Dengan menyajikan konten yang akrab, hangat, dan menghibur, akun ini berkontribusi pada pembentukan citra laki-laki yang lebih inklusif dan egaliter. Media digital memungkinkan hadirnya narasi tandingan terhadap stereotip gender yang mapan (Wulandari, 2022). Dalam hal ini, @bapak2id tidak hanya merayakan peran ayah, tetapi juga mengajak audiens untuk mendefinisikan ulang makna menjadi laki-laki dalam konteks keluarga. Akun ini menjadi ruang belajar yang membebaskan laki-laki dari tekanan ekspektasi sosial yang sempit. Sehingga, akun ini tidak semata karena lucu atau menarik, tetapi karena ia memberikan ruang aman bagi laki-laki untuk merasa dilihat dan dimengerti sesuai dengan konsep representasi yang dibangun secara sosial.

Temuan serupa juga dialami oleh informan G, yang menemukan adanya dukungan terhadap representasi yang lebih inklusif setelah mengikuti akun Instagram @bapak2id, hal ini dijelaskan oleh informan sebagai berikut

“Penting yaa, Bapak2ID bikin saya paham kalau kita mengalami pengalaman yg hampir sama” (Wawancara informan F, 30 Mei 2025)

Pernyataan informan F bahwa akun @bapak2id membuatnya merasa mengalami pengalaman yang sama dengan pengguna lainnya menunjukkan kekuatan media dalam membentuk rasa keterhubungan sosial. Dalam pandangan Stuart Hall (1997), representasi media tidak hanya mencerminkan realitas tetapi juga berperan dalam membangun makna sosial yang kemudian dipahami dan dijalani oleh khalayak. Ketika konten media menggambarkan realitas yang akrab dan serupa dengan pengalaman sehari-hari audiens, maka media tersebut berfungsi sebagai arena pembentukan identitas dan solidaritas sosial. Akun @bapak2id menciptakan ruang naratif di mana para ayah dapat merasa terhubung, tidak sendiri, dan dimengerti. Ini memperlihatkan bahwa representasi dalam media sosial mampu memperluas ruang empati dan pengakuan terhadap identitas laki-laki yang lebih kompleks dan manusiawi.

Keterlibatan emosional pengguna terhadap konten yang relatable juga menunjukkan adanya transformasi identitas laki-laki yang sebelumnya kaku menjadi lebih reflektif dan terbuka. Menurut Astuti (2021), keterwakilan identitas dalam media sosial memungkinkan laki-laki menemukan kembali peran sosial mereka melalui nilai-nilai keseharian, seperti kasih sayang, kelekatan emosional, dan partisipasi domestik. Hal ini memperkuat konsep Hall (1997) bahwa makna dalam representasi bukan bersifat tetap, melainkan dinegosiasikan dan terus berubah melalui interaksi antara teks media dan audiens. Maka, akun seperti @bapak2id tidak hanya menyajikan citra laki-laki modern, tetapi juga mendobrak batasan tradisional melalui narasi alternatif yang lebih empatik, inklusif, dan kontekstual.

Representasi laki-laki dalam peran keluarga yang hangat, terbuka, dan tidak dominan membuka kemungkinan untuk memperluas pemahaman publik tentang maskulinitas. Media digital memberi ruang bagi laki-laki untuk menampilkan sisi personal yang sebelumnya dianggap tidak maskulin, seperti menangis, bermain dengan anak, atau berbicara tentang perasaan (Yuliani, 2020). Ini memperkuat pernyataan Hall (1997) bahwa identitas terbentuk dalam representasi melalui proses produksi makna bersama. Ketika para laki-laki merasa konten seperti @bapak2id "relate" dengan mereka, itu menandakan bahwa mereka mulai mengafirmasi bentuk identitas laki-laki yang lebih fleksibel dan kesetaraan. Oleh

karena itu, akun ini bukan hanya hadir sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang diskusi yang mendorong pembaruan nilai-nilai gender dalam budaya populer Indonesia.

Selain informan G dan informan F, juga ditemukan dalam sesi wawancara dengan informan A yang berupa dukungan terhadap representasi yang lebih inklusif. Berikut wawancara dengan informan A:

“Sangat penting, terlebih dapat menggambarkan bagaimana sosok seorang bapak di era sekarang.” (Wawancara informan A, 30 Mei 2025)

Pernyataan informan A bahwa akun @bapak2id penting karena menggambarkan sosok bapak di era sekarang menunjukkan adanya kebutuhan akan citra laki-laki yang relevan dengan dinamika zaman. Dalam kerangka representasi menurut Hall (1997), media tidak hanya merefleksikan realitas, tetapi juga turut membentuknya melalui simbol, bahasa, dan narasi. Ketika akun ini menampilkan gambaran ayah yang hangat, aktif di rumah tangga, dan peka terhadap kebutuhan keluarga, itu bukan hanya representasi visual, tetapi bentuk perubahan makna baru tentang maskulinitas. Sosok bapak modern ditampilkan tidak lagi otoriter, tetapi hadir sebagai mitra setara dalam keluarga.

Media sosial telah menjadi platform penting dalam membentuk identitas laki-laki yang lebih inklusif, terutama dalam peran domestik (Kurniawan, 2021). Laki-laki urban masa kini tidak lagi terpaku pada citra patriarkal, tetapi ingin tampil sebagai ayah yang terlibat dan emosional. Narasi ini muncul di akun @bapak2id melalui konten yang relatable dan akrab dengan realitas kehidupan keluarga sehari-hari. Dalam konteks teori Hall (1997), hal ini merupakan hasil dari proses negosiasi makna antara produsen konten dan audiens, yang akhirnya menciptakan pemahaman bersama mengenai apa itu “bapak masa kini.” Dukungan terhadap akun ini berarti mendukung wacana yang membuka jalan bagi narasi gender yang lebih setara dan adaptif.

Santoso (2022) menunjukkan bahwa ketika laki-laki melihat dirinya digambarkan secara positif dalam peran pengasuhan, mereka akan lebih terdorong untuk menjalankan peran tersebut dalam kehidupan nyata. Ini menunjukkan bahwa representasi media tidak hanya membentuk persepsi, tetapi juga perilaku. Maka, @bapak2id tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga ruang edukasi sosial

yang menyampaikan bahwa menjadi bapak tidak harus identik dengan kekuasaan, tetapi juga dapat bermakna kedekatan, dukungan, dan empati.

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai caring masculinity di media sosial yang berfokus pada studi akun Instagram @bapak2id, dapat disimpulkan bahwa. Akun Instagram @bapak2id telah berhasil membangun dan menyebarkan narasi dari caring masculinity yang ada di media sosial. Dibawah ini merupakan penjelasan lebih lanjut dari hasil temuan penelitian ini:

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @bapak2id merupakan ruang representasi digital yang efektif dalam membentuk dan menyebarkan narasi *caring masculinity*. Akun ini berhasil menghadirkan bentuk maskulinitas yang peduli yang tidak bergantung ppada dominasi, kekuatan fisik, atau jarak emosional, melainkan mengedepankan nilai-nilai kepedulian, empati, dan keterlibatan dalam kehidupan keluarga. Narasi tersebut dikemas melalui pendekatan visual yang santai, caption yang komunikatif, serta humor yang ringan, yang menjadikan konten lebih mudah diterima oleh khalayak luas. Representasi ini mencerminkan upaya pengelola akun untuk melakukan proses encoding sebagaimana dijelaskan dalam teori representasi Stuart Hall, yakni menyampaikan pesan tentang laki-laki yang peduli melalui simbol-simbol yang dapat dikenali dan dikaitkan oleh audiens.
2. Di sisi lain, respons pengikut sebagai bagian dari proses *decoding* menunjukkan adanya penerimaan dan pengaruh positif terhadap caring masculinity ini. Pengikut dari berbagai latar belakang merespons konten dengan antusias, menunjukkan bahwa representasi laki-laki yang peduli kini tidak lagi dianggap tabu atau bertentangan dengan nilai maskulin. Akun ini bahkan menjadi ruang diskusi bagi banyak pria yang ingin mengambil peran lebih besar dalam pengasuhan dan relasi emosional di keluarga. Narasi *caring masculinity* yang dihadirkan oleh @bapak2id juga memiliki dampak terhadap konstruksi identitas sosial pria di dunia digital, sekaligus menantang nilai-nilai patriarki yang masih dominan di masyarakat. Dengan demikian, media sosial dapat dipahami sebagai alat transformasi sosial yang kuat dalam membentuk pemahaman baru mengenai peran gender yang lebih setara dan inklusif.

B. Saran

1. Untuk pengelola akun media sosial, strategi yang diterapkan oleh @bapak2id dapat dijadikan acuan dalam membangun konten yang edukatif sekaligus menghibur. Penyajian konten berbasis pengalaman sehari-hari yang dikombinasikan dengan gaya humor lokal terbukti mampu menyentuh audiens lintas gender dan usia. Pengelola akun sebaiknya tetap konsisten dalam menyuarakan nilai-nilai positif tentang gender dan keterlibatan emosional laki-laki, sekaligus membuka ruang dialog yang aman bagi pengikut untuk berbagi cerita.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan kajian dengan meneliti platform media sosial lainnya, seperti TikTok, YouTube, atau Twitter, guna melihat apakah representasi caring masculinity juga muncul dalam bentuk yang berbeda di platform tersebut. Selain itu, pendekatan perbandingan antara beberapa akun yang menampilkan peran ayah atau suami dalam konteks keluarga akan sangat membantu dalam memperkaya perspektif tentang konstruksi maskulinitas digital. Peneliti juga dapat memperdalam analisis pada audiens laki-laki dari berbagai kelompok usia dan latar belakang sosial, untuk mengetahui seberapa besar pergeseran pemaknaan terhadap maskulinitas terjadi di kalangan pria secara umum.
3. Bagi masyarakat secara luas, penting untuk meningkatkan kesadaran kritis terhadap konten-konten yang beredar di media sosial, khususnya yang berkaitan dengan peran gender. Representasi laki-laki yang peduli, seperti dalam akun @bapak2id, hendaknya tidak hanya dianggap sebagai hiburan semata, tetapi juga dijadikan inspirasi untuk perubahan sosial yang lebih baik. Masyarakat diharapkan tidak lagi membatasi peran gender dalam ranah domestik dan publik, serta mulai mendorong keterlibatan laki-laki dalam aktivitas-aktivitas yang selama ini dianggap “wilayah perempuan.” Penghapusan stereotip dan pembentukan nilai-nilai kesetaraan dapat dimulai dari lingkup keluarga dan lingkungan terdekat, yang kemudian diperkuat melalui media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriany, N. W. (2023). *Analisa Pengelolaan Konten Media Sosial PT Transportasi Jakarta dalam Membentuk Brand Awareness (Studi Kasus pada Instagram @pt_transjakarta)*. Disertasi. Universitas Mercu Buana.
- Al-Mahalli, Jalaluddin., J. A.-S. (2003). Terjemahan Tafsir Jalalain (Edisi Arab dan Terjemah). Jakarta: Ummul Qura.
- Atmoko D., B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 179–188.
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten di Media Sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2721–6306), 149–160.
- Amalia, F.R. (2023). Peran Media Sosial dalam Mengawal Isu Lingkungan Hidup (Studi Netnografi pada Akun Instagram @pandemictalk). *Jurnal Jurnalistik Dan Media*, 22–31.
- Andata, P. C., Iflah, Kurnia, & Sekartaji, A. P. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness “Somethinc” Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13, 84–92.
- Adnyani, N. W. (2023). Media Sosial sebagai Katalis Pendidikan: Dinamika Gerakan Kesetaraan Gender di Indonesia melalui Perspektif Strukturasi. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 70-79.
- Aponte, C. (22 Oktober 2024). *Caring Masculinities: Is This Answer? Caring Practices as a Path to Gender Equality*. Retrieved from Psychology Today: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/a-marriage-of-equals/202410/caring-masculinities-is-this-the-answer?>
- Ardiansyah, Fiki. , M. (2024). Analisis Komunikasi Politik dalam Kampanye Pemilu: Pendekatan Kualitatif terhadap Strategi dan Dampaknya di Media Sosial. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*
- Astuti, D. (2020). Melihat Konstruksi Gender Dalam Proses Modernisasi Di Yogyakarta. *POPULIKA*, 1-13.
- Astuti, I. D. (2022). Instagram sebagai Third Place Virtual Pria selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Socius: Jurnal of Sociology Research and Education*, 85-97.
- Berlian, I. (2019). Karakter Laki-Laki Dalam Program Televisi (Analisi Resepsi Peran Pria Sebagai Pekerja Rumah Tangga Dalam Program Sitkom Dunia Terbalik Di RCTI). *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 58–72.
- Berger, A. (1997). *Narratives in Popular Culture, Media, and Everyday Life*. SAGE Publications.

- Berk, L. E. (2013). *Development through the lifespan (6th ed.)*. Boston: Pearson Education.
- Brogan Chris. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. New Jersey: Wiley Publisher.
- Bryant, P. S. (2016). Instagram: Motives For Its Use And Relationship To Narcissism And Contextual Age. *Computers in Human Behavior*, 89-97.
- Budiman, M. A. (2019). Maskulinitas baru di media sosial: Perubahan representasi laki-laki dalam peran domestik. *Jurnal Sosioteknologi*, 18(1), 45–56.
- Cannito, M. , M. E. (2024). Caring masculinities in prison? Social workers and programs dealing with incarcerated fatherhood. . *Wiley Online Library: Gender, Work & Organization*, 1707–1722.
- Cabrera, N. T.-L. (2000). Fatherhood in The Twenty-First Century. *Child Development*, 127-136.
- Carlson, D. P. (2023). How New Mothers' and Fathers' Allocation of Tasks Relate to Their Relationship Quality. *Journal of Family Issues*, 3-28.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. California: University of California Press.
- Scheibling, C. (2020). “Real heroes care”: How Dad Bloggers Are Reconstructing Fatherhood And Masculinities. *Men and Masculinities. Sage Journal*, 3–19.
- Damayanti, R. (2020). Maskulinitas emosional dalam media sosial: Studi kasus ayah milenial di Instagram. *Jurnal Komunikasi dan Gender*, 45-58.
- Devito, J. A. (2013). *Komunikasi Antar Manusia (Edisi 5)*. Jakarta: Kharisma Publishing Group.
- Dijk Van. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 81–99.
- Elliott, K. (2016). Caring Masculinities: Theorizing an Emerging Concept. *Men and Masculinities*, 19(3), 240–259.
- E Jubilee. (2016). *Instagram Untuk Fotografi Digital & Bisnis Kreatif*. Bandung: Publishing House.
- Endahati, M. T. (2019). Kesantunan Berbahasa di Media Sosial Online: TINjauan Deskriptif pada Komentar Berita Politik di Facebook. *Jurnal Skripta*, 26-31.
- Eric, S. T. (2021). Analisis Desain Layout Instagram Berbasis Web Menjembatani User Experience Instagram Mobile. *JoDENS: Journal of Digital Ecosystem for Natural Sustainability*, 101-105.
- Evelina, W. L. (2019, November 9). *Metode Etnografi Virtual Trend Dalam Penelitian Media Sosial*. Binus University Faculty of Digital Communication and Hotel & Tourism.

- Fauziah, M. (2023). *PEMETAAN BUDAYA PARTISIPATIF FANDOM CARAT INDONESIA DI TWITTER*. UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara.
- Fatmasari, A. S. (2020). Kedekatan Ayah - Anak Di Era Digital: Studi Kualitatif Pada Emerging Adults. PROSIDING SEMINAR NASIONAL 2020 FAKULTAS PSIKOLOGI UMBY (pp. 1-11). Yogyakarta: E-Journal Mercu Buana Yogyakarta.
- Feinberg, M. E. (2003). The Internal Structure and Ecological Context of Coparenting: A Framework for Research and Intervention . *Parenting: Science and Practice*, 95-131.
- Feroza, C. S. , M. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Officialsebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14, 32–41.
- Firmansyah, H. (2020). *Strategi Komunikasi Humor Akun Instagram dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Keluarga*. Jurnal Komunikasi Indonesia, 9(2), 102–112.
- Fitriyani, N. (2022). Konstruksi identitas laki-laki dalam media sosial: Kajian peran gender dalam keluarga urban. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 21-35.
- Ganfure, G. D. (2025). Assessing Male Involvement in Childcare and Associated Factors Among Fathers of Below Two in Toke Kutaye District, Central Ethiopia, 2024: a Community-Based Cross-Sectional Study. *Front. Public Health*, 1-7.
- Gustam, R. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya. Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 224-242.
- Hall Stuart. (1972). *Encoding and Decoding in the Television Discourse: Vol. Volume 7*. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Hall Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128–138). London: Routledge.
- Hanlon, Niall. (2012). *Masculinities, Care and Equality: Identity and Nurture in Men's Lives* . UK: Palgrave Macmillan.
- Heryanto, A. (2010). *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Helmita, Yudhinanto, Armalia, R. W. A., Surya, E. R. M., & Indriyani, S. (2023). Bijak Berinteraksi di Media Sosial. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 4, 184–192.
- Hermawan, I. H. (2023). Toxic Masculinity Dan Tantangan Kaum Lelaki Dalam Masyarakat Indonesia Modern. *Dimesia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 171-172.

- Heryanto, A. (2020). Representasi Maskulinitas Baru di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 180–190.
- Heryanto, A. (2021). *Maskulinitas dan Perubahan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Islamiah, B. W. (2022). The Role of Fathers in Children's Emotion Regulation Development: A Systematic Review. *Wiley*, 1-43.
- J. Hemsley, J. J. (2018). Social Media for Social Good or Evil: An Introduction. *Social Media and Society*.
- Karnadi, A. (11 Maret 2022). "Sederet Alasan Orang Indonesia Menggunakan Media Sosial", Data Indonesia, 11 Maret 2022, Upgraded. (10 Februari 2025) Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025. Retrieved from Upgraded: <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2016). Pedoman umum ketahanan keluarga. Jakarta: Deputi Bidang Tumbuh Kembang Anak, KPPPA.
- Kristina, A. (2024). *Teknik Wawancara Dalam Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish Digital.
- Kurniawan, B. (2021). Maskulinitas Baru di Era Digital: Studi atas Representasi Ayah dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 45-56. <https://doi.org/10.25077/jki.v9i1.28155>
- Kurniawan., P. A. ., (2017). Perubahan Konsep Maskulinitas Peserta Program “Laki-Laki Peduli” Di Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta. *InSight*, 113–128.
- Kusumaning, D. P. (2015). Pembagian Peran dalam Rumah Tangga pada Pasangan Suami Istri Jawa. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 16(2).
- Lestari, F. D. (2022). Representasi Maskulinitas Baru dalam Media Sosial dan Dampaknya Terhadap Peran Laki-Laki dalam Keluarga. *Jurnal Komunikasi dan Gender*, 55-68. <https://doi.org/10.22225/jkg.v4i1.5678>
- Lewington, L. , L. J. , & S. B. (2021). “I’m not just a babysitter”: Masculinity and men’s experiences of first-time fatherhood. *Sage Journal*, 571–589.
- Lim, M. (2011). *@crossroads: Democratization and Corporatization of Media in Indonesia*. Participatory Media Lab.
- Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences: Or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86. <https://doi.org/10.1177/0267323104040695>

- Lund, R. , M. S. , & T. J. (2019). New Masculinities In Universities? Discourses, Ambivalence And Potential Change. *Gender, Work & Organization*. Lund, R., Meriläinen, S., Tienari, J. , 1376–1397.
- Luthfi, A. R. (2024). Penggunaan Tema Visual Dalam Feed Instagram Untuk Meningkatkan Keterlibatan Pengikut: Studi Kasus Pada Akun Instagram @gteamagency. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Minza I.L.S., M. W. ., (2017). Makna Peran Gender bagi Suami Peserta Program Laki-Laki Peduli di Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta. *E-JOURNAL GAMA JOP*, 162–173
- Morel, R., & Jewkes, R. (2011). *Masculinities and gender-based violence*. In Jejeebhoy, S. J., Shah, I., & Thapa, S. (Eds.), *Gender-based violence and sexual and reproductive health* (pp. 31–50). Washington, DC: World Health Organization..
- Morman, M. T. (2006). The Role of Family Communication in Father Involvement and Satisfaction. *Journal of Family Communication*, 163-178.
- Mulyana, D. (2021). Representasi Peran Ayah dalam Media dan Pengaruhnya Terhadap Konsep Keluarga Modern. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPI*, 8(2), 102–113.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mustaqim A., C. I. (2022). Keterlibatan Laki-Laki dalam Pencegahan Perkawinan Anak: Studi Pada Komunitas Gerakan Laki-laki Peduli Perempuan dan Anak. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL GENDER DAN GERAKAN SOSIAL*, 450–460.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nilan, P. (2009). Contemporary masculinities and young men in Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 37(109), 327–344. <https://doi.org/10.1080/13639810903269318>
- Novianti R., M., M. (2017). Komunikasi Antar Pribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Di Desa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah. *Acta Diurna*, 1-15.
- Nurhadi, F., & Nurul Huda, A. (2020). “Konstruksi Maskulinitas dalam Media Sosial: Studi Kasus Akun Instagram Bertema Ayah.” *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(1), 33–45. <https://doi.org/10.7454/jki.v9i1.10134>
- Nurhadi, M. (2021). Perubahan konstruksi peran laki-laki dalam media digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 102-144. <https://doi.org/10.15408/jish.v12i2.28890>

- Nurmansyah, F. (2021). Hiperrealitas pada Media Sosial Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika Sosial Dan Budaya*, 2, 1–15.
- Nuryana, Z. (2022). Komunikasi Dalam Keluarga Dan Pengaruhnya Terhadap Ketahanan Keluarga Di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 45-78. <https://doi.org/10.15642/jki.2022.12.1.45-58>
- Nuryatin, A. (2021). Peran media digital dalam membentuk kesadaran peran laki-laki dalam relasi domestik. *Jurnal Kajian Gender dan Anak*, 63-71. <https://doi.org/10.25077/jkga.v9i2.3456>
- O'Donnell, V. (2007). *Television criticism* (4th ed.). California: SAGE Publications.
- Pradipta, D. (2021). *Humor dan Media Sosial: Analisis Konten Humor Keluarga di Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 19(1), 25–38.
- Pramiyanti, A. (2020). Humor dalam Media Sosial: Cara Netizen Indonesia Menghadapi Isu Personal dan Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24(1), 15–28.
- Prasetyo, T. (2021). Perubahan Representasi Laki-laki dalam Relasi Keluarga di Media Digital. *Jurnal Gender dan Media*, 3(1), 44–55.
- Prastiwi A, C. B. (2023). Instagram Story: Kajian Hiperrealitas pada Mahasiswa Penggunaan Instagram. *Balale: Jurnal Antropologi*, 107-119.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Qorib, F. (2020). Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi: Ultimacomm*, 53-71.
- Rachmat, A. (2020). Maskulinitas alternatif dalam media sosial: Studi tentang narasi peran ayah. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 47-58. <https://doi.org/10.24198/jkn.v8i1.11234>
- Rane, Z. A. (2023). Maskulinitas Yang Feminin Pada Sosok Ayah Dalam Lirik Lagu Virgoun "Saat Kau Telah Mengerti". *SESHISKI: Southeast Journal of Language and Literary Studies*, 62-71.
- Santoso, D. (2022). Keterlibatan Ayah dalam Pengasuhan: Pengaruh Representasi Media Sosial Terhadap Perilaku Pengasuhan Pria Urban. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 98-110. <https://doi.org/10.15408/jsr.v17i2.30845>
- Santrock, J. W. (2011). *Life-span development* (13th ed.). Dallas: McGraw-Hill.
- Shihab, Q. M. (2002). *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Vol. 2). Jakarta: Lentera Hati.
- Siregar. (2022). *Hubungan Antara Sense Of Humor dengan Stres Kerja pada Karyawan BGES (Business Government Enterprise Service) WiTel (Wilayah Telkom) Medan*. Disertasi. Universitas Medan Area
- Soerjono, S. (2014). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.

- Stewart, C. J., & Cash, W. B. (2000). *Interviewing: Principles and Practices* (9th ed.). United States: McGraw-Hill Companies.
- Storey, J. (2018). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (8th ed.). London: Routledge.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Simaibang E.W.A., B. A. ., (2019). Representasi Male Feminist oleh Aliansi Laki-laki Baru di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Laki-laki Feminis oleh Aliansi Laki-laki Baru di Twitter @lakilakibaru. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–21.
- Subekti, M. (2017). *Kesetaraan Suami dan Istri dalam Kehidupan Rumah Tangga (Studi terhadap Pemikiran Siti Musdah Mulia)*. Tesis. UIN Sunan Kalijaga.
- Sudrajat, R. (2020). Maskulinitas Baru dalam Representasi Ayah di Media Sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 19(1), 45–52.
- Suprpto Deddy., R. F. Romdhi. , F. N. A. B. Muhammad. , A. F. R. M. (2024). POTRET LAKI-LAKI DALAM FILM MISSION: IMPOSSIBLE DEAD RECKONING PART ONE. *Nagri Pustaka : Jurnal Pendidikan, Ilmu Sejarah, Dan Budaya*, 159–169.
- Suryadi, A. (2018). Konstruksi Maskulinitas Laki-Laki dalam Media Digital: Studi Kasus Pergeseran Peran Ayah di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 101-114. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i2.2287>
- Suryanto, D. (2020). Representasi Maskulinitas Baru Dalam Media Digital Dan Implikasinya Terhadap Peran Ayah Di Era Milenial. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 115-128.
- Suryanto, A. (2021). Interaksi Sosial di Media Sosial dan Pembentukan Komunitas Virtual. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(1), 23-34.
- Treré, P. G. (2015). In Search of The ‘We’ of Social Media Activism: Introduction to The Special Issue on Social Media and Protest Identity. *Information Communication and Society*, 865-871.
- Triaputri A., M. P. (2022). Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 467-479.
- Trisna, A. B. (2023). *Pengaruh Konten Instagram@Vidiosports terhadap Minat dan Keputusan Followers dalam Menonton English Premier League di Aplikasi Vidio*. Disertasi. London School Of Public Relations Jakarta.
- Wahyuni, A. (2024). Konstruksi Sosial Identitas Gender dalam Masyarakat: Studi Kasus Pengaruh Media Sosial Terhadap Perspektif Gender di Kalangan Remaja. *Journal of Community Development (JCD)*, 38-44.

- Waruwu M.F.D., V. N. (2020). Ujaran Kebencian Di Media Sosial. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 55–68.
- Widada, C. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 23-30.
- Widiastuti, I. (2019). Media Sosial Dan Peran Ayah Dalam Pengasuhan Anak Di Era Digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 123-134. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i2.23456>
- Wizda, A. R. (2023). Kesetaraan dan Keadilan Gender pada Keluarga Pekerja. *Jurnal Hawa: Studi Pengarusutamaan Gender dan Anak*, 5(1).
- Wulandari, S. (2022). Media sosial dan narasi alternatif maskulinitas: Studi pada konten parenting laki-laki. *Jurnal Media dan Masyarakat*, 78-91. <https://doi.org/10.22146/jmm.v6i2.32110>
- Yamashita, L. E. D. (2019). Borrowing from femininity: The caring man, hybrid masculinities, and maintaining male dominance. *Sage Journal*, 801–820.
- Yeung, W. S.-K. (2001). Children's Time with Fathers in Intact Families. *Journal of Marriage and Family*, 136-154.
- Yuliani, N. (2020). Peran media sosial dalam pembentukan identitas laki-laki domestik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Udayana*, 101-113. <https://doi.org/10.24843/jiku.2020.v08.i02.p03>
- Yuniarti, E. (2020). Media Sosial dan Redefinisi Maskulinitas dalam Kehidupan Keluarga Urban. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 32-45. <https://doi.org/10.15408/jish.v9i1.2345>
- Zahra R., R. N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 43-57.
- Zestanakis, P. (2022). Affluent and Tender Online: Instagramming Celebrity, Masculinity, and Fatherhood. *SAGE Journals*, 108-129

LAMPIRAN

bapak2ID berdiri 13 Januari 2020 tepat 1 bulan sebelum pandemi, yang di mana semua orang sedang fokus dengan gadget dan bekerja dari rumah, karna momentum itulah yang membuat kami menjadi internet fenomenal saat itu. Sampe sekarang deh, Hehehe. Kami adalah sekumpulan teman2, ada yang dari temen TK, SD, SMP, SMA, Kuliah, sampai kerja. Awalnya didirikan untuk mengedukasi tentang financial karena kebetulan salah satu founder kami adalah orang berkecimpung di bidang financial, tapi setelah dipelajari ternyata yang aware dengan financial kebanyakan perempuan. Akhirnya kami memutuskan untuk mengedukasi market yang kami pahami, yaitu yang seperti kami bapak2 tanggung, secara usia tua belum, muda juga udah kaga, secara ekonomi miskin kaga, kaya juga belum, secara pengetahuan pintar kaga tapi bodoh juga kaga.

Media atau komunitas untuk berbagi dan mengedukasi bapak2 tanggung agar dapat berkembang menjadi versi terbaik dari dirinya sendiri, karena bapak2 tanggung ini tidak punya wadah untuk tumbuh dan berkembang bersama. Dengan kehadiran kami di sini harapannya bisa menjadi tempat untuk bertumbuh dan berkembang bersama dengan mereka. Cara yang kami lakukan adalah dengan memberikan konten yang bermanfaat tetapi dikemas dengan sederhana dan menyenangkan, karna kami percaya sesuatu yang menyenangkan itu lebih mudah diterima.

Pilar konten kami adalah to educate, to inform, to entertain, to Inspire dan to convince. Apa yang kami share ke warga cuma dua, berdasarkan skill kami dan kedua berdasarkan pengalaman atau hal2 yang memang pernah kami alami, pernah kami lewati, biasanya sih dari kesalahan2 kami ya, biar gak keulang sama bapak2 dan warga disini. Bentuknya harus esensial tapi jangan jadi mengajari. Karna kami percaya, semakin banyak kami memberi, bakal semakin banyak juga kami belajar dan dapet hal baru.

Kami ada di beberapa platform lain seperti Youtube, Tiktok, Twitter, tapi memang untuk saat ini lebih fokus ke Instagram karena secara market lebih pas. Kami juga memiliki beberapa IP event offline yang basisnya dari komunitas, doakan kami agar bisa menjadi wadah terbesar para bapak2 dan dijadikan tempat bertumbuh dan berkembang bersama.

Pesan dari kami buat bapak2 seluruh Indonesia, jadilah versi terbaik dari diri kalian, kurangi gengsi dan selalu jadi role model yang baik untuk keluarga, harus open minded jangan terkungkung sama masa lalu. Jangan malu juga belajar dari kesalahan, namanya juga manusia.

Jadi lebih sering mengobrol dengan istri terkait perkembangan anak terutama

Lampiran. 6 Wawancara dengan Informan A

Ya, banyak kontennya sangat sesuai dengan kondisi bapak bapak, sehabis itu jadi banyak waktu dengan anak dan banyak bercanda dengan istri menjadikan moment yang kami lakukan menjadi lebih berkualitas

Lampiran. 7 Wawancara dengan Informan A

Ya, akun ini menggambarkan maskulinitas yang lebih natural. Ada sisi keras dan lunak laki laki sebagai bapak atau suami

Lampiran. 8 Wawancara dengan Informan A

Sangat penting, terlebih dapat menggambarkan bagaimana sosok seorang bapak di era sekarang

Lampiran. 9 Wawancara dengan Informan A

Sebagian besar iya, terutama tentang bagaimana peran seorang pria dalam kehidupan berumah tangga, mulai hal-hal kecil seperti bagaimana caranya memperbaiki sesuatu dalam rumah tangga sampai dengan bagaimana cara menyikapi sesuatu dalam rumah tangga melalui komunikasi yang baik

Lampiran. 10 Wawancara dengan Informan F

Lebih berusaha lagi mencari cara agak bisa tetap hidup seimbang dengan lebih mengutamakan agar bisa punya lebih banyak waktu untuk bersama keluarga

Lampiran. 11 Wawancara dengan Informan F

sangat maskulin, saat ini menjadi pemimpin keluarga tidak harus digambarkan dengan contoh2 patriarki yang kaku. Bapak2ID bisa tuh, masih jadi Pemimpin Keluarga tapi seru, ngerti kebutuhannya, paham sama perasaan istri dan anaknya.

Lampiran. 12 Wawancara dengan Informan F

Penting yaa, seperti yang saya bilang tadi. Bapak2ID bikin saya paham kalau kita mengalami pengalaman yg hampir sama.

Lampiran. 13 Wawancara dengan Informan F

Ya, banyak konten yang relatable dengan kondisi yang ada terutama saya sebagai ayah sekaligus suami. Saya lebih terbuka secara emosional apalagi dengan istri

Lampiran. 14 Wawancara dengan Informan G

Konten yang relate dengan kehidupan Bapak-bapak seperti saya, banyak konten yang diupload sangat relatable dengan kondisi yang ada terutama saya sebagai ayah sekaligus suami

Lampiran. 15 Wawancara dengan Informan G

bapak2id sudah sesuai dengan gambaran laki-laki dewasa berkeluarga pada umumnya, maskulin tapi tetap sayang keluarga

Lampiran. 16 Wawancara dengan Informan G

Penting, karena dilihat dari konten yang memiliki engagement tinggi, artinya masih sangat relate dengan kehidupan Bapak-bapak

Lampiran. 17 Wawancara dengan Informan G

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Devi Mawaridu Syarifah
NIM : 2106026148
Tempat, Tanggal Lahir: Tegal, 26 Juli 2003
Alamat : Ds. Kalibakung RT 04 RW 02, Kec. Balapulang, Kab. Tegal
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Email : devisyarifah3@gmail.com
Instagram : @devisyrfhm
No. HP : 085742569260

B. Riwayat Pendidikan

SD Negeri 02 Kalibakung
MTs. N. 1 Tegal
SMAN 1 Balapulang

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota OSIS SMAN 1 Balapulang (2018-2020)
2. Anggota Dewan Ambalan Pramuka SMAN 1 Balapulang (2019-2020)
3. Tenaga Ahli SEMA FISIP UIN Walisongo Semarang (2021-2022)
4. Anggota Div. Badminton FISIP SPORT CLUB (FSC) UIN Walisongo Semarang (2023-2024)
5. Kader KOPMA UIN Walisongo Semarang (2022-2024)
6. Pengurus KOPMA UIN Walisongo Semarang (2023-2024)
7. BPH DEMA FISIP UIN Walisongo Semarang (2024)

Semarang, 12 Juni 2025
Yang bersangkutan,

Devi Mawaridu Syarifah
NIM. 2106026148