

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Kemajuan teknologi ditandai dengan semakin canggihnya peralatan produksi serta alat informasi dan teknologi. Saat ini, globalisasi sangat berdampak pada revolusi baru di dalam sektor industri, dimana internet menjadi sesuatu yang penting dalam bidang industri. Internet dengan jejaring elektroniknya dapat menghubungkan orang dan informasi melalui perangkat digital dan memberi ruang komunikasi interpersonal. Konektivitas internet, dengan keuntungan yang disediakan untuk aliran informasi yang cepat, telah menjamin tiap orang bisa terkoneksi saat ini (Hick & Halpin, 2001). Internet juga telah memproduksi inovasi teknologi yang terus menerus mengubah perilaku kehidupan publik (Bimber 1998, 2003; Davis, 1999; Hill dan Hughes, 1997 dalam Jennings & Zeitner, 2003). Penggunaan internet memunculkan era industri baru, yaitu era industri 4.0. Industri ini membawa gagasan baru tentang teknologi yang disebut dengan Internet of Things (IoT) yang sangat berpengaruh dalam sektor industri (Utomo, 2019). Dengan adanya kemajuan teknologi, media sosial mulai bermunculan sebagai sarana komunikasi dan sosialisasi online melalui internet. Stuart Hall juga mengatakan bahwa media dapat menjadi alat yang kuat untuk kaum yang berkuasa. Hal ini karena media dapat digunakan oleh golongan atas untuk menyebarkan informasi atau pesan yang mereka miliki secara dominan tanpa melihat keefektivitasan dari informasi tersebut (dikutip dalam West & Turner, 2008, p. 63).

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial (Nurudin, 2012, p. 53). Sosial media saat ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia, tidak hanya untuk mendapatkan informasi, tetapi juga sebagai ruang diskusi, berbagi informasi, dan ruang

komunikasi. Pengguna media sosial saat ini semakin bertambah, berdasarkan data yang diinput Hootsuite (We are Social) pada tahun 2019, tercatat sejumlah 150 juta pengguna aktif media sosial, pada tahun 2020 jumlah ini naik 17% atau berjumlah 175 juta (Agustina, 2020).

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan hampir semua kalangan adalah Instagram. Berdasarkan riset dari We Are Social dan Hootsuite pada Januari 2019, media sosial Instagram berhasil menjadi aplikasi media sosial ke-empat yang paling sering digunakan di Indonesia setelah Youtube, Whatsapp, dan Facebook dengan persentase 80%.

Kekuatan utama Instagram adalah konten unggahan yang berupa foto maupun video, komunikasi dan interaksi tidak terjadi tanpa adanya foto di timeline Instagram. Konten unggahan berbentuk foto merupakan salah satu bentuk komunikasi non verbal, yaitu komunikasi dengan menggunakan gambar sedangkan konten unggahan video berbentuk komunikasi verbal dengan menggunakan audio visual. Konten unggahan Foto dan video memiliki pesan visual yang begitu kuat sehingga jutaan orang yang telah melihatnya pasti akan hafal dengan foto tersebut. Hal ini mengesankan karena foto memiliki pesan literal dan simbolik yang kuat dan menarik (Nisrina, 2015, p. 5). Sistem Instagram sendiri menerapkan istilah *following* dan *followers*. Keberadaan Instagram hampir diterima semua kalangan karena tersedianya berbagai fitur menarik yang kemudian fitur-fitur ini terus berinovasi sehingga membuat penggunaanya tidak merasa jenuh dalam penggunaannya. Seiring berjalannya waktu, Instagram mulai berkembang. Yang pada awalnya hanya sebatas media untuk berkomunikasi, kini Instagram juga telah menjadi salah satu media yang menyediakan informasi, baik itu ilmu pengetahuan umum, sampai kepada kejadian yang sedang viral (Maulhayat, 2018).

Selain untuk berkomunikasi dan mencari informasi, pemanfaatan Instagram saat ini sangat beragam. Instagram dimanfaatkan para penggunaanya mulai dari untuk meningkatkan personal branding, memasarkan produk, hingga mengetahui informasi yang sedang viral.

Keberadaan Instagram sebagai *platform* gratis dan mudah diakses menjadikan masyarakat lebih leluasa untuk berpendapat dan mengaktualisasi isu-isu sensitif seperti politik, hukum, agama, hingga isu kaum minoritas, feminisme, dan isu gender.

Isu gender telah ada sejak lama. Permasalahan gender tidak dapat dipisahkan dari persoalan ideologi, struktur, dan kultur. Ketiganya saling terkait dan mengukuhkan situasi yang sangat tidak menguntungkan bagi kaum perempuan. Kondisi demikian merupakan manifestasi dari diskriminasi sosial, ekonomi, politik, budaya, hukum, dan agama yang kemudian menimbulkan berbagai persoalan perempuan seperti yang telah terjadi di media massa. Saat ini feminisme dan kesetaraan gender sudah marak diperbincangkan di dalam buku, jurnal ilmiah, hingga akun-akun media sosial. Masyarakat dipermudah aksesnya menuju pemahaman tentang perempuan, laki-laki, peran dan status sosial, serta tentang kesetaraan. Namun, apakah kaum perempuan sudah benar-benar merdeka dan terbebas dari kontsruksi ideologi kuno masyarakat dimana perempuan selalu berada di bawah dan laki-laki selalu berada di atas?

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) pada Februari 2019, tingkat partisipasi tenaga kerja masih didominasi oleh laki-laki. Jumlah angkatan kerja pada Februari 2019 meningkat sebesar 2.24 juta orang jika dibandingkan dengan Februari 2018 menjadi 136,18 juta orang. Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) masih didominasi oleh laki-laki dengan partisipasi sebesar 83,18%. Sementara itu, TPak perempuan hanya sebesar 55,5%. Secara tahunan, TPak laki-laki meningkat 0,17%, sedangkan perempuan hanya naik tipis sebesar 0,06%. (sumber: databoks.katadata.co.id).

Persoalan perempuan berkaitan dengan masalah kesetaraan gender ini memang dapat mengundang rasa simpati yang cukup besar. Hal ini dikarenakan permasalahan gender seringkali dikaitkan dengan persoalan keadilan sosial dalam arti yang lebih luas (Nugroho, 2008, p. 28). Ketidakadilan gender termanifestasi dalam bentuk marginalisasi,

subordinasi, kekerasan, stereotip, dan beban kerja. Ketidakadilan gender ini telah mengakar mulai dari keyakinan di masing-masing orang, keluarga, hingga ke tingkat negara yang bersifat global. Manifestasi ketidakadilan itu tersosialisasi kepada kaum laki-laki dan perempuan yang akhirnya lambat laun, baik laki-laki maupun perempuan, menjadi terbiasa dan pada akhirnya struktur dan sistem ketidakadilan gender yang diterima lambat laun mulai tercipta dan sudah tidak dirasakan lagi ada sesuatu yang salah (Nugroho, 2008, p. 17-18).

Penindasan dan ketimpangan hak yang dirasakan oleh perempuan dari segi kultural, sosial, maupun politik memicu adanya gerakan dari kaum feminis. Secara umum para feminis menginginkan kesetaraan gender yang sama rata antara laki-laki dengan perempuan dari segala aspek kehidupan, baik lingkungan keluarga maupun masyarakat. Pada umumnya orang berprasangka bahwa feminisme merupakan gerakan pemberontak terhadap kaum laki-laki dalam upaya melawan pranata sosial yang ada, misalnya seperti institusi rumah tangga, perkawinan, maupun usaha pemberontakan perempuan untuk mengingkari kodratnya. Dengan adanya kesalahpahaman seperti ini, maka feminisme tidak hanya kurang mendapat tempat di kalangan umum perempuan, tetapi secara umum juga ditolak oleh masyarakat (Nugroho, 2008, p. 30).

Berkaitan dengan hal tersebut, kini Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang dianggap sangat berpengaruh dalam pemberdayaan perempuan, menyadarkan seseorang membantu membangun partisipasi yang lebih besar, hingga mengarah pada tindakan transformatif. Hal ini diwujudkan dengan munculnya berbagai akun Instagram seperti @magdaleneid, @jakartafeminist, @lawanpatriarki, dan @mubaadalah, Motif akun-akun tersebut kurang lebih sama, yaitu untuk mengaktualisasi isu gender dan feminisme dengan memberikan unggahan yang informatif. Selain itu, akun-akun tersebut juga memberikan informasi mengenai isu kaum minoritas yang kurang disorot oleh media lainnya dengan harapan masyarakat bisa lebih mengetahui apa yang sebenarnya terjadi pada kaum

minoritas di berbagai belahan dunia. Perbedaan motif pada isi unggahan dari akun-akun tersebut adalah isi pesan dari berbagai perbedaan perspektif. Ada yang membahas isu gender dari sudut pandang agama, aliran feminisme tertentu, sampai dengan sudut pandang dari pendapat seseorang atau media.

Pergerakan feminisme dalam media *online* tidak berhenti dalam tataran reproduksi konten saja, melainkan beberapa feminis juga mendirikan media independen yang menyajikan berita dan informasi alternatif mengenai feminisme dan urgensinya dalam masyarakat (Theda, 2014). Salah satu contohnya adalah akun feminis @magdaleneid di Instagram. Sebelumnya, Magdalene merupakan sebuah media online yang format utamanya adalah majalah online atau web magazine bernama Magdalene. Selain web magazine, Magdalene juga aktif di media sosial lainnya seperti Twitter, Facebook, Youtube, dan Instagram. Instagram @magdaleneid dipilih untuk diteliti karena Instagram merupakan media sosial yang paling dekat dengan kehidupan khalayak dari berbagai kalangan. Akun @magdaleneid secara khusus berfokus pada pembahasan mengenai isu feminisme dan gender yang masih dianggap tabu oleh masyarakat serta kurang mendapat sorotan dari media lainnya. Hingga saat ini, @magdaleneid memiliki pengikut sebanyak 107 ribu dengan unggahan sebanyak 3.081 postingan di akun Instagramnya. Akun @magdaleneid dianggap sangat berperan dalam menyuarakan feminisme di media sosial karena unggahannya yang menarik tentang isu-isu perempuan yang mendorong kesetaraan, pemberdayaan, pluralisme, dan toleransi, yang mana merupakan faktor-faktor fundamental dalam membentuk masyarakat yang progresif dan berpikiran maju.

Di sisi lain, media sosial menjadi ladang subur bagi tumbuhnya pandangan dan upaya mobilisasi warga untuk sejumlah sebab, termasuk sejumlah akun media sosial yang menyuarakan perspektif feminis pada ranah online Indonesia. Pengetahuan tentang feminisme jadi mudah dijangkau oleh banyak orang. Masyarakat jadi dipermudah aksesnya menuju

pemahaman tentang perempuan, tentang laki-laki, tentang peran dan status sosial, serta tentang kesetaraan. Media sosial dianggap sangat berpengaruh dalam pemberdayaan perempuan, menyadarkan seseorang, membantu membangun partisipasi yang lebih besar, hingga mengarah pada tindakan transformatif. Di sisi lain, kemudahan menciptakan konten dalam media baru menimbulkan multi persepsi dalam proses resepsi pengguna. Banyaknya konten media yang berkaitan dengan pergerakan perempuan, mengaburkan definisi feminisme yang berkembang dalam masyarakat. Tidak jarang konten yang ditujukan untuk mendukung gerakan feminisme sangat radikal, mengesankan jika gerakan tersebut bukan untuk menyetarakan gender, melainkan menjadikan perempuan sebagai peran superior dan menyebarkan kebencian terhadap kaum laki-laki (Theda, 2014). Oleh karena itu, @magdaleneid selaku akun feminis berusaha membenarkan stigma masyarakat yang masih kabur dan salah dalam memaknai feminisme. Akun @magdaleneid menegaskan bahwa feminisme itu adalah tentang kesetaraan, bukan tentang meninggikan kaum perempuan.

“Ingin sekali kami menjelaskan bahwa feminisme bukanlah tentang meninggikan perempuan, tetapi feminisme adalah tentang kesetaraan.” (Maryam dalam Magdalene, 2018, p. 73).

Media berperan penting dalam membentuk persepsi mengenai orientasi gender melalui penggambaran yang ditampilkan di dalamnya. Namun, seiring dengan perkembangan media, penggambaran mengenai gender pun ikut berubah. Sekalipun penggambaran perempuan dalam media belum dapat sepenuhnya dikatakan setara dengan laki-laki, adanya media baru melahirkan kesempatan bagi perempuan untuk melakukan pergerakan feminisme secara online, yang justru lebih efektif daripada pergerakan aktivis tradisional. Hal ini didukung perubahan ekosistem kerja dan budaya organisasi yang lebih terbuka dan aktif dalam pergerakan sosial, menciptakan ruang diskusi yang lebih luas antar produsen dan konsumen,

serta memudahkan proses distribusi yang cepat dan global karena dukungan infrastruktur, internet, dan sinyal digital.

Menurut Effendy (2003, p. 11), pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa atau lambang-lambang lainnya yang disampaikan kepada orang lain. Pesan menjadi hal terpenting dalam komunikasi, apabila terjadi kegagalan memaknai suatu pesan dalam komunikasi maka akan menimbulkan kegagalan komunikasi yang bisa menyebabkan konflik. Menurut John Powers pesan sendiri memiliki tiga unsur, yaitu: 1) tanda dan simbol; 2) bahasa; dan 3) wacana (Mudjiyanto & Nur, 2013).

Feminisme sendiri didefinisikan oleh para ilmuwan dalam beberapa pengertian. Secara etimologis, feminisme berasal dari bahasa latin, yaitu femina yang berarti seseorang yang memiliki sifat kewanitaan. Kemudian dalam bahasa Inggris diterjemahkan menjadi feminine, yang memiliki arti sebagai sifat seperti perempuan. Lalu, kata tersebut ditambahkan “ism” yang akhirnya kita kenal sebagai feminism, yang berarti hal-hal tentang perempuan atau paham mengenai perempuan (Amalia, 2003, p. 86).

Gerakan perempuan pada hakikatnya adalah gerakan transformasi dan bukanlah gerakan membalas dendam pada laki-laki. Namun, kaum feminis menolak pandangan bahwa ketidaksetaraan antara laki-laki dan perempuan bersifat alamiah dan tidak terelakkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gerakan transformasi perempuan adalah suatu proses gerakan yang menciptakan hubungan antar sesama manusia yang lebih baik, tanpa memandang status gender.

Fenomena bias gender yang terjadi di tengah masyarakat menjadi motivasi dan stimulus utama untuk berkembangnya paham feminisme di dunia masyarakat modern. Feminisme tumbuh sebagai suatu gerakan sekaligus pendekatan yang berusaha merombak struktur yang ada karena dianggap telah mengakibatkan ketidakadilan terhadap kaum perempuan.

Pendekatan feminisme berusaha merombak cara pandang kita terhadap dunia dan berbagai aspek kehidupannya (Nugroho, 2008, p. 61).

Menurut analisis feminis, ketidakadilan gender tersebut muncul akibat adanya kesalahpahaman terhadap konsep gender yang disamakan dengan konsep seks. Sekalipun kata “gender” dan “seks” memiliki makna yang sama, yaitu jenis kelamin. Konsep seks, bagi para feminis berarti suatu sifat kodrati (given), alami, dibawa sejak lahir dan tidak bisa diubah-ubah. Konsep seks hanya berhubungan dengan jenis kelamin dan fungsi dari perbedaan jenis kelamin itu saja. Seperti bahwa perempuan itu bisa hamil, melahirkan, dan menyusui, sementara laki-laki tidak (Nugroho, 2008, p. 65).

Adapun pemikiran feminisme mengenai konsep gender yaitu bukanlah suatu sifat yang kodrati atau alami, melainkan merupakan hasil konstruksi sosial dan kultural yang telah berproses sepanjang sejarah manusia. Contohnya seperti pandangan bahwa perempuan itu pasti lembut, emosional, dan hanya cocok dalam peran domestik, sementara laki-laki itu kuat, rasional, dan layak berperan di sektor publik (Nugroho, 2008, p. 65).

Perjuangan perempuan selama ini tidak lepas dari isu-isu gerakan perjuangan perempuan di belahan dunia. Gerakan perempuan atau yang lebih sering dikenal sebagai feminisme masih terus berkembang dan semakin luas pengertian serta ruang lingkungannya. Banyak pengertian yang simpang-siur akan makna dari feminisme. Ada yang menganggap bahwa gagasan feminisme merupakan sesuatu yang ekstrim, dan ada pula yang menganggap feminisme sebagai sebuah gerakan yang secara sederhana untuk memperlakukan wanita seperti manusia yang sama seperti laki-laki. Memang dengan seiringnya waktu, pemahaman akan feminisme terus berkembang sehingga tidak ada definisi pasti mengenai feminisme (Walters, 2005).

Seiring perkembangan zaman, perempuan sudah mulai bisa memasuki dunia pendidikan dan bekerja selayaknya laki-laki. Namun demikian, tetap terjadi diskriminasi pada pembagian kerja antara laki-laki dan perempuan.

Hanya dalam masyarakat industrial yang berkembang, pria dan wanita bersaing untuk memperebutkan lowongan kerja yang sama, bangku sekolah, kekuasaan yang sama, dan upah yang sama (Heryanto, 1998, p. 39).

Menurut Fatimah (2009, p. 47), perempuan Indonesia sudah mulai bergeser paradigmanya dalam melihat pernikahan. Saat ini bukanlah hal yang aneh bila seorang perempuan tidak terburu-buru menikah jika belum menemukan calon suami yang setara. Perempuan Indonesia masa kini juga telah menemukan eksistensi dirinya dalam pekerjaan. Perempuan tidak lagi melihat tujuan hidupnya hanya sebatas menikah dan membentuk keluarga. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran nilai, dimana pada awalnya perempuan menganut nilai pengabdian diri kepada keluarga, namun saat ini perempuan menganut nilai pengembangan diri dan martabat (Hardjana, 1998, p. 91). Pergeseran nilai tersebut melibatkan media massa, karena hubungan antara perempuan dan media massa dalam masyarakat industri cukup erat. Media massa sendiri terdiri dari media cetak dan media elektronik, media tersebut menjangkau orang dalam kelompok-kelompok, seperti media khusus pria, perempuan, dewasa, anak-anak, dan lain-lain (Berger, 2000, p. 113).

Pada awal munculnya, feminisme sebagai filsafat dan gerakan berkaitan dengan era pencerahan di Eropa yang dipelopori oleh Lady Mary Wortley Montagu dan Marquis de Condorcet. Setelah Revolusi Amerika tahun 1776 dan Revolusi Perancis tahun 1792, berkembang pemikiran bahwa posisi perempuan kurang menguntungkan daripada laki-laki dalam realitas sosialnya. Ketika itu, perempuan dari kalangan atas sampai kalangan bawah, tidak memiliki hak-hak seperti hak untuk mendapatkan pendidikan, hak berpolitik, hak atas milik, dan hak pekerjaan. Ketika tidak memiliki hak-hak tersebut, kedudukan perempuan tidaklah sama di hadapan hukum.

Menurut mereka, ketertinggalan tersebut disebabkan oleh kebanyakan perempuan masih buta huruf, miskin, dan tidak memiliki keahlian. Karena gerakan perempuan awal ini lebih mengedepankan perubahan sistem sosial yang menghendaki perempuan diperbolehkan ikut memilih dalam pemilu.

Pada tahun 1785 perkumpulan masyarakat ilmiah untuk perempuan pertama kali didirikan di Middelburg, sebuah kota di selatan Belanda. Kemudian tahun 1837, kata feminisme dicetuskan pertama kali oleh aktivis sosialis utopis, Charles Fourier. Pada tahun yang sama, Grimke membuat sebuah tulisan yang terkait dengan feminisme. Dalam tulisannya tersebut ia mengatakan “Kami tidak meminta untuk diistimewakan atau berusaha merebut kekuasaan tertentu. Yang sebenarnya kami inginkan adalah sederhana, bahwa, mereka mengangkat kaki mereka dari tubuh kami dan membiarkan kami berdiri tegap sama seperti manusia lainnya yang diciptakan Tuhan.” (Sarah Grimke, 1837).

Berdasarkan pada latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana khalayak menerima dan memaknai pesan yang disampaikan oleh akun Instagram Magdalene dalam unggahan-unggahannya mengenai feminisme dengan menerapkan teori encoding-decoding Stuart Hall. Teori resepsi merupakan studi yang berfokus pada produksi, pemaknaan, dan pengalaman khlayak dalam berinteraksi dengan teks media. Pada akhirnya studi ini akan membagi khayalak menjadi beberapa kategori dalam tiga posisi yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi (Hall et al., 2011).

Schrøder (2018) menyebutkan bahwa penelitian mengenai resepsi dapat dimediasi dengan menggunakan penelitian kualitatif. Ia menyampaikan juga bahwa jenis penelitian kualitatif menjadi tujuan dari kerja lapangan empiris. Adapun teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan untuk memperoleh pemahaman dari khalayak, yakni wawancara individu maupun fokus kelompok. Kedua cara ini dilakukan untuk memperoleh narasi dan makna verbal mengenai pengalaman khalayak dalam menggunakan media. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori encoding-decoding Stuart Hall. Teori yang dikemukakan oleh Stuart Hall digunakan untuk melihat bagaimana *followers* akun Instagram Magdalene menerima dan memaknai pesan yang disampaikan oleh Magdalene mengenai feminisme. Dalam memperoleh pemaknaan pesan khalayak terhadap unggahan Magdalene, peneliti menggunakan teknik pengumpulan

data dengan melakukan wawancara mendalam. Analisis resepsi dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana khalayak dengan latar belakang dan pengalaman berbeda-beda memahami sebuah konten tertentu. Oleh karena itu, pada penelitian ini partisipasi khalayak diperlukan guna memenuhi kebutuhan informasi peneliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka masalah penelitian akan dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana masyarakat menerima dan memaknai pesan yang disampaikan oleh akun Magdalene mengenai feminisme?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana masyarakat menerima dan memaknai pesan-pesan yang disampaikan oleh Magdalene mengenai feminisme.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau pencerahan terhadap dunia akademis mengenai pemaknaan audiens terhadap pesan dalam akun media sosial feminisme. Diharapkan juga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi oleh mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai studi resepsi atau penelitian sejenisnya.

1.4.1.2 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan kepada masyarakat dalam memaknai pesan media, khususnya yang berkaitan dengan pemaknaan pesan mengenai feminisme melalui media sosial

