

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian “Analisis Resepsi Khalayak Terkait *Pragmatic Feminism* Pada Konten Instagram Michelle Halim” merupakan penelitian yang dikembangkan dari penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan. Pemilihan penelitian terdahulu diambil dari penelitian yang memiliki konsep dan teori yang serupa. Tujuan dari adanya studi literatur ini adalah untuk mencari kesamaan, perbedaan, serta memberikan sebuah kebaruan pada konsep yang digunakan.

Berdasarkan studi literatur yang telah ditemukan, beberapa penelitian menggunakan jenis penelitian yang sama yang merupakan jenis penelitian kualitatif (Olausson, 2020; Primadini & Setianoto, 2024; Chen & Mehdizadkhani, 2022; SHAO, 2023; Hughes et al., 2021; Widodo & Wigati, 2021; Echeverría, 2023; Tshuma & Ndlovu, 2024; Elinwa, 2020). Sedangkan ada penelitian yang menerapkan jenis penelitian *mixed method* yang menggabungkan kuantitatif dan kualitatif (Hunter et al., 2024). Berdasarkan jenis penelitiannya, beberapa penelitian kualitatif menggunakan metode studi kasus (Primadini & Setianoto, 2024; Chen & Mehdizadkhani, 2022; Widodo & Wigati, 2021), analisis wacana (Olausson, 2020; Hughes et al., 2021), analisis resepsi (Hunter et al., 2024; Tshuma & Ndlovu, 2024), Etnografi (Elinwa, 2020), hingga fenomenologi (SHAO, 2023; Echeverría, 2023).

Jika melihat dari teknik pengumpulan data, setiap penelitian menggunakan teknik yang berbeda-beda. Beberapa penelitian yang menggunakan wawancara mendalam (Widodo & Wigati, 2021; Tshuma & Ndlovu, 2024), dokumentasi (Olausson, 2020; Chen & Mehdizadkhani, 2022; Hughes et al., 2021), Wawancara semi-terstruktur (Primadini & Setianoto,

2024; SHAO, 2023; Hunter et al., 2024; Elinwa, 2020), hingga pengumpulan melalui *focus group discussion* (Echeverría, 2023). Beberapa penelitian juga memiliki kesamaan pada objek yang diteliti. Objek penelitian dari Widodo & Wigati (2021) yang meneliti akun di media sosial media khususnya Instagram dan objek penelitian dari Hughes et al., (2021) yang meneliti konten terkait COVID-19 di media sosial.

Ada juga penelitian yang objek penelitiannya berbeda seperti media film/drama (Primadini & Setianoto, 2024; Chen & Mehdizadkhani, 2022; Hunter et al., 2024; SHAO, 2023; Elinwa, 2020), media iklan di sosial media (Echeverría, 2023), dan *print media* (Tshuma & Ndlovu, 2024), hingga objek penelitian pada media Youtube (Olausson, 2020). Dari sepuluh studi literatur yang telah dijelaskan, belum ada penelitian yang membahas penerimaan khalayak (resepsi) pada media konten berbasis video (*Reels*) di media sosial Instagram. Padahal, seiring dengan perkembangan teknologi digital, media sosial telah menjadi platform utama dalam konsumsi dan produksi konten, terutama dalam format video pendek. Berbeda dengan media tradisional seperti televisi yang bersifat satu arah, di mana audiens hanya menerima pesan tanpa ruang untuk memberikan respons langsung, media sosial memungkinkan komunikasi dua arah yang dinamis.

Fitur seperti komentar, suka, membagikan, dan duplikasi konten melalui fitur *remix* atau *stitch* memungkinkan audiens tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga mengkritisi, menegosiasi, atau bahkan menentang pesan yang disampaikan oleh kreator. Pola komunikasi ini membuka peluang bagi audiens untuk berpartisipasi aktif dalam membentuk narasi digital, sehingga resepsi terhadap suatu konten tidak lagi bersifat pasif, melainkan dapat berkembang menjadi diskusi publik yang lebih luas (Shaw, 2017). Contohnya, pada platform Instagram, konten dalam bentuk *Reels* sering kali mendapat berbagai interpretasi dari audiens, di mana mereka dapat langsung memberikan opini dalam komentar atau bahkan menciptakan konten tandingan untuk mengekspresikan respon mereka.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi konten di era digital tidak sekadar menerima pesan yang dikomunikasikan oleh kreator, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif audiens dalam proses *decoding* makna. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana khalayak menafsirkan konten berbasis video pendek di media sosial, terutama dalam konteks komunikasi yang semakin interaktif dan partisipatif. Itulah mengapa, peneliti ingin mengetahui bagaimana penerimaan khalayak terkait *pragmatic feminism* dengan menonton beberapa konten pada akun Instagram Michelle Halim.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama peneliti	Judul Artikel	Masalah dan Tujuan	Teori/Konsep	Jenis penelitian, metode, teknik pengumpulan data	Kesimpulan penelitian
Olausson (2020)	<i>Making Sense of the Human-Nature Relationship A Reception Study of the "Nature Is Speaking" Campaign on YouTube</i>	Penelitian ini menganalisis bagaimana pengguna media sosial khususnya Youtube menafsirkan kampanye lingkungan "Nature is Speaking"	<i>Encoding/Decoding Theory</i> dan <i>Multimodal Critical Discourse Analysis</i> (MCDA) <i>Theory</i>	Qualitative, <i>Multimodal Critical Discourse Analysis</i> , dokumentasi	banyak audiens masih melihat hubungan manusia-alam dalam kerangka hierarkis, di mana manusia tetap lebih dominan, meskipun ada audiens yang menerima pesan kampanye.
Primadini & Setianoto (2024)	<i>Authoritarian Parenting Practices on Korean Drama: Reception Analysis on "SKY Castle"</i>	Penelitian ini meneliti bagaimana audiens menafsirkan representasi pola asuh otoriter dalam drama Korea SKY Castle, yang bertujuan untuk memahami bagaimana penonton dengan pengalaman serupa di kehidupan nyata menginterpretasikan narasi otoritarianisme dalam keluarga yang disajikan dalam drama tersebut.	<i>Encoding/Decoding Theory</i> dan Konsep Parenting Style	Kualitatif, analisis resepsi, wawancara mendalam	Sebagian besar partisipan <i>negotiated reading</i> , mengakui relevansi drama tetapi tetap membandingkan dengan pengalaman pribadi, sementara sebagian lain menerima (<i>negotiated-hegemonic reading</i>) atau menolak (<i>oppositional reading</i>).
Elinwa (2020)	<i>Audience Readings and Meaning Negotiation in the Film Viewing Space: An Ethnographic Study of Nollywood's Viewing Center Audiences</i>	Penelitian ini menginvestigasi pengalaman sosial pada khalayak dari <i>Nollywood's Viewing Center</i> terkait film Nigeria.	<i>Encoding/Decoding Theory</i>	Kualitatif, Metode Etnografi, Observasi, Wawancara Tidak Terstruktur.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan khalayak berasal dari persepsi mereka mengenai kehidupan sosial dan hubungan mereka dengan sesama individu dari kelompok sosial yang sama.
Chen & Mehdizadkhani (2022)	<i>Disney's Two Versions of Mulan (1998, 2020) and Twitter: A Reception Study in Terms of (Im)politeness</i>	Penelitian ini ingin meneliti bagaimana penonton menanggapi dan membandingkan kesantunan dan ketidaksantunan dalam dua versi film Mulan (1998 vs. 2020) melalui analisis komentar di Twitter.	<i>(Im)politeness communication theory</i>	Kualitatif, studi kasus, dokumentasi	Versi <i>live-action</i> Mulan (2020) lebih banyak mengandung unsur ketidaksantunan dibandingkan versi animasi 1998, yang menyebabkan kritik dari audiens terkait ketidaktepatan budaya dan sejarah dalam film
SHAO (2023)	<i>When dating shows encounter parents: A reception study of Chinese Dating among Chinese young female audiences</i>	Menganalisis bagaimana perempuan muda di China menerima dan menafsirkan acara kencan <i>Chinese Dating</i> yang menampilkan keterlibatan orang tua dalam pemilihan pasangan.	Analisis Resepsi dan Teori peran gender	Kualitatif, Fenomenologi, wawancara semi-terstruktur	Perempuan muda China cenderung menolak pembagian peran gender tradisional dalam acara tersebut tetapi tetap menerima campur tangan orang tua dalam pemilihan pasangan karena nilai Konfusianisme

Hughes et al. (2021)	<i>Cultural Variance in Reception and Interpretation of Social Media COVID-19 Disinformation in French-Speaking Regions</i>	Penelitian ini menganalisis bagaimana audiens dari berbagai budaya yang berbicara bahasa Prancis menafsirkan disinformasi terkait COVID-19 di media sosial.	Hermeneutika	Kualitatif, Analisis wacana dan Analisis Hermeneutik, dokumentasi.	Interpretasi pesan sangat bervariasi berdasarkan latar belakang budaya audiens dalam kelompok bahasa yang sama, menunjukkan tantangan dalam menangani disinformasi di tingkat global
Widodo & Wigati (2021)	<i>Reception Analysis of Breastfeeding Mothers towards the Instagram Feeds of @Olevelove Account</i>	Penelitian ini meneliti bagaimana ibu menyusui menafsirkan konten Instagram @Olevelove untuk memahami pengaruhnya terhadap persepsi dan praktik menyusui.	Encoding/Decoding Theory	Kualitatif, studi kasus, wawancara mendalam	Ibu menyusui memiliki beragam pemaknaan; sebagian besar <i>negotiated reading</i> , menerima sebagian pesan tetapi tetap mempertimbangkan pengalaman pribadi.
Hunter et al. (2024)	<i>Enough reality that you took it seriously, enough humour that you kept watching": a qualitative analysis of student reception of Larry Saves the Canadian healthcare system</i>	Penelitian ini meneliti bagaimana mahasiswa menerima dan menafsirkan pesan dalam musikal satir digital "Larry Saves the Canadian Healthcare System," yang bertujuan untuk memahami sejauh mana satire dapat digunakan sebagai alat penerjemahan pengetahuan mengenai disfungsi sistem kesehatan di Kanada.	Encoding/Decoding Theory dan Arts-Based Knowledge Translation	Mixed Methods, analisis resepsi, wawancara semi-terstruktur	Mayoritas audiens berada dalam <i>negotiated reading</i> , menerima pesan utama tetapi tetap memiliki interpretasi sendiri, sementara sebagian menolak satire sebagai metode edukasi (<i>oppositional reading</i>).
Echeverría (2023)	<i>Experiencing Political Advertising Through Social Media Logic: A Qualitative Inquiry</i>	Penelitian ini ingin menjelajahi bagaimana pengguna media sosial mengalami, berinteraksi, dan memberi makna terhadap iklan politik di platform digital.	Teori logika media sosial (popularitas, pemrograman, datafikasi, dan konektivitas)	Kualitatif, Fenomenologi, <i>focus group discussion</i> .	Pengguna media sosial melihat iklan politik sebagai bagian dari informasi digital yang kabur dan sering tidak relevan, menyebabkan mereka mencari cara untuk menghindari atau mengabaikan konten politik
Tshuma & Ndlovu (2024)	<i>Investigating the reception of mediated rape content by We the Future female writers in Zimbabwe</i>	Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana media di Zimbabwe melaporkan kasus pemerkosaan dan bagaimana kelompok jurnalis perempuan muda menafsirkan berita tersebut.	Encoding/Decoding Theory dan pendekatan studi budaya feminis	Kualitatif, Analisis Resepsi, wawancara mendalam	Media di Zimbabwe sering kali memperpetuasi stereotip pemerkosaan, tetapi beberapa partisipan menolaknya dan mengembangkan interpretasi yang lebih kritis

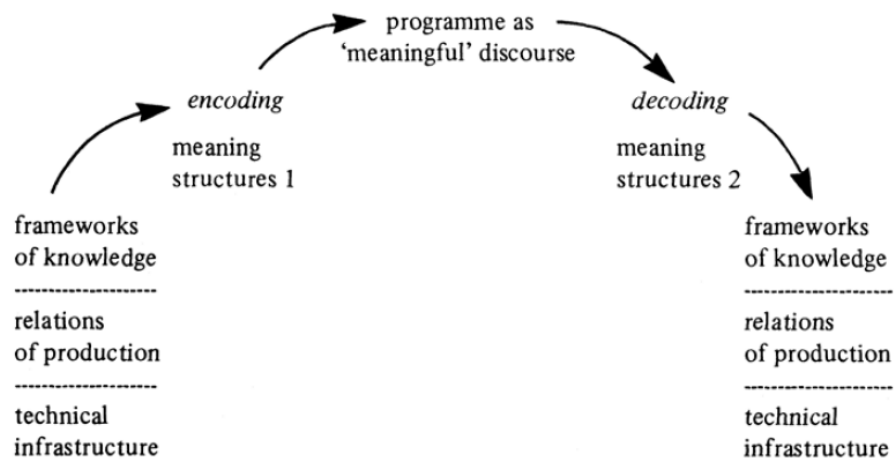
2.2 Konsep

Bedasarkan judul penelitian ini yakni “Analisis Resepsi Khalayak Terkait *Pragmatic Feminism* Pada Konten Instagram Michelle Halim”, maka teori yang digunakan adalah teori resepsi dan konsep yang digunakan adalah konsep *pragmatic feminism* dan *hypergamy*.

2.2.1 Teori Resepsi

Teori resepsi merupakan pendekatan dalam kajian media yang menempatkan audiens sebagai aktor aktif dalam proses pemaknaan pesan. Dalam pendekatan ini, makna suatu pesan media tidak dianggap bersifat tetap atau tunggal, melainkan terbuka (polisemik) dan diproduksi ulang oleh audiens berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman mereka (McQuail & Deuze, 2020, p. 126). Dengan kata lain, setiap pesan yang disampaikan oleh media memiliki potensi dimaknai secara beragam oleh audiens yang berbeda-beda. Hall et al. (2005, p. 120) melalui esainya menjelaskan, bahwa komunikasi media adalah proses dua arah yang melibatkan tahapan *encoding* dan *decoding*.

Proses *encoding* dilakukan oleh pembuat pesan, seperti produser atau kreator, yang membungkus makna dalam simbol-simbol atau tanda. Sementara itu, *decoding* dilakukan oleh audiens yang menafsirkan pesan tersebut berdasarkan *frameworks of knowledge, relations of production*, dan *technical infrastructure* yang mereka miliki (Hall & During, 2001; Hall et al., 2005). Pada tahap *encoding*, kreator konten merancang pesan yang ingin disampaikan berdasarkan maksud tertentu. Namun ketika pesan tersebut sampai kepada audiens, tidak ada jaminan bahwa makna yang diterima akan sesuai dengan maksud awal. Audiens dapat memaknai ulang, menegosiasikan, bahkan menolak pesan tersebut.



Gambar 2. 1 Proses *Encoding-Decoding* Oleh Stuart Hall
Sumber: Hall et al. (2005, p. 120)

Dalam proses *decoding*, Hall et al. (2005) menjelaskan bahwa audiens menafsirkan pesan media tidak semata berdasarkan isi pesan, tetapi melalui tiga kerangka penting yang disebut sebagai *frameworks of knowledge*, *relations of production*, dan *technical infrastructure*. Ketiga elemen ini menjelaskan bagaimana pengalaman hidup, posisi sosial, dan media penyampaian dapat membentuk makna yang ditangkap oleh audiens, yang tidak selalu identik dengan penjelasan komunikator.

- 1) *Frameworks of knowledge*, adalah latar pengetahuan nilai dan referensi yang dimiliki audiens saat menerima pesan. Hal ini bisa berasal dari pendidikan, pengalaman hidup, atau sosialisasi budaya yang membentuk cara pandang mereka terhadap suatu isu. Misalnya, perempuan dengan latar belakang pendidikan tinggi dan terbiasa dengan diskursus kesetaraan gender akan cenderung memaknai pesan pemberdayaan dengan cara yang lebih reflektif.
- 2) *Relations of production*, mengacu pada posisi sosial, ekonomi atau kelas audiens dalam struktur masyarakat. Seorang perempuan dari kelas pekerja akan memiliki relasi berbeda terhadap narasi kemapanan finansial dibandingkan dengan perempuan dari kalangan ekonomi mapan, karena relasi produksi mereka terhadap

sistem ekonomi sudah berbeda. Ini memengaruhi cara mereka menyetujui atau menolak pesan yang bersifat normatif.

- 3) *Technical infrastructure*, menjelaskan bagaimana medium dari teknologi seperti media sosial dapat membentuk cara pesan diterima. Media sosial Instagram, platform visual interaktif, memungkinkan adanya reinterpretasi melalui komentar, *repost*, atau reaksi instan. Hal ini menjadikan *decoding* sebagai proses partisipatif yang lebih cair dan terbuka dibandingkan media tradisional.

Dengan memahami ketiga aspek ini, maka *decoding* tidak bisa dipahami sebagai proses yang tunggal. Melainkan proses ini sebagai hasil dari negosiasi antara pesan yang disampaikan dengan realitas sosial dan teknologis dari audiens. Inilah yang menjadikan pendekatan Stuart Hall relevan dalam konteks budaya digital saat ini. Stuart Hall mengkategorikan pemaknaan audiens ke dalam tiga posisi *decoding* (Hall & During, 2001, p. 515).

- 1) *Dominant-hegemonic position*, yaitu ketika audiens sepenuhnya menerima pesan sesuai dengan maksud yang diinginkan oleh kreator. Dalam posisi ini, audiens mengadopsi nilai dan pandangan yang dibawa oleh pesan tanpa resistensi.
- 2) *Negotiated position*, yaitu ketika audiens sebagian menerima pesan namun tetap memodifikasinya sesuai dengan nilai atau pengalaman pribadi. Mereka memahami maksud kreator, tetapi tetap mempertimbangkan konteks sosial dan individualnya.
- 3) *Oppositional position*, yaitu ketika audiens secara sadar menolak makna dominan yang dibawa dalam pesan, dan melakukan interpretasi tandingan berdasarkan sistem nilai mereka sendiri.

Meskipun teori ini pertama kali dikembangkan dalam konteks media tradisional seperti televisi, perkembangannya juga relevan untuk dianalisis dalam media digital. Studi-studi terbaru menunjukkan

bahwa pendekatan *encoding-decoding* dapat diadaptasi untuk memahami pola penerimaan pesan di media sosial. Shaw (2017), menekankan bahwa *affordances* dalam media interaktif seperti Instagram menciptakan medan baru dalam proses *decoding*. Walaupun media baru memberi ruang lebih besar bagi ekspresi personal, struktur makna tetap bisa dianalisis dengan pendekatan Stuart Hall selama pesan yang di-*encode* memiliki kesamaan tema atau isu.

Schröder & Napoli (2018, p. 372) menyatakan bahwa karakteristik media sosial memungkinkan para pengguna menjadi prosumer (*producer-consumer*) yang aktif dalam membentuk dan menyebarkan makna. Dengan demikian, analisis resepsi dalam konteks media sosial tetap dapat mengacu pada teori *encoding-decoding*, terutama jika konten-konten yang dianalisis memiliki struktur pesan yang serupa atau berada dalam satu tema yang konsisten. Dalam penelitian ini, teori resepsi Stuart Hall akan digunakan untuk menganalisis bagaimana audiens menafsirkan konten Instagram Michelle Halim yang berkaitan dengan narasi pemberdayaan perempuan, dinamika relasi, dan representasi kecantikan. Fokus analisis akan diarahkan pada bagaimana pesan-pesan yang dibawa oleh Michelle Halim dipahami, dinegosiasikan, atau ditolak oleh audiens sesuai dengan posisi *decoding* yang dikemukakan oleh Hall, yakni *dominant/hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*.

2.2.2 Identifikasi Makna *Encoding* dalam Konten Michelle Halim

Dalam kerangka analisis resepsi Stuart Hall, pemahaman mengenai makna *encoding* atau *preferred reading* adalah langkah krusial sebelum menganalisis proses *decoding* yang dilakukan oleh audiens. *Preferred reading* merujuk pada pesan dominan atau ideologi yang sengaja di-*encode* dan dimaksudkan untuk disampaikan oleh

komunikator dalam hal ini, Michelle Halim. Melalui teks atau media yang diproduksinya. Pemaknaan ini merupakan acuan untuk kemudian membandingkan dengan berbagai interpretasi audiens, sehingga dapat dikategorikan ke dalam posisi *dominant-hegemonic*, *negotiated*, atau *oppositional*. Identifikasi *preferred reading* ini dilakukan melalui analisis isi kualitatif terhadap pola-pola narasi, gaya komunikasi, visual, serta tema-tema yang konsisten dalam unggahan akun Instagram Michelle Halim (@michellehalim).

Proses ini melibatkan pengamatan pada narasi dan bahasa, seperti pola caption, diksi, dan gaya komunikasi yang digunakan Michelle Halim. Selain itu, visual dari unggahan juga dianalisis, mencakup pilihan gambar, video, editing, dan simbol-simbol visual. Untuk mengidentifikasi pola komunikasi berulang, yaitu tema, argumen, dan nilai-nilai yang secara konsisten ditekankan di berbagai unggahan, serta mencermati pernyataan langsung atau argumen kunci yang sering disampaikan oleh Michelle Halim mengenai isu-isu yang relevan. Berdasarkan analisis konten terhadap unggahan-unggahan Michelle Halim yang menjadi objek penelitian, *preferred reading* dominan terkait narasi pemberdayaan perempuan diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kemandirian Finansial

Michelle Halim secara konsisten meng-*encode* pesan bahwa kemandirian finansial adalah fondasi utama bagi perempuan untuk mencapai otonomi, kebebasan, dan kekuatan diri. Ini menjadi bentuk dari penekanan pada kemampuan perempuan untuk bisa berdaya, tidak lemah, tidak bergantung pada pasangan, pintar dalam melihat kondisi yang tidak menguntungkan. Analisis konten menunjukkan bahwa melalui unggahan-unggahannya, Michelle Halim sering menyoroti topik seperti “Tips buat cewek-cewek yang masih single” dan dalam konten seperti “Obrolan Cewe”.

Michelle secara eksplisit menyatakan bahwa “Jangan pernah bergantung 100% sama cowok. Karena cowok kalau ga diambil Tuhan, ya diambil cewek lain. Makanya jadi cewek harus mandiri.” Selain itu, ia juga menekankan, “Jadi cewek jangan takut telat nikah. Takut itu kalau ga punya uang, ga punya kerjaan, ataupun pengangguran, apalagi hidup ga enak” dan “Jangan mau kalau diajak mulai dari 0, pas dia udah gak 0, seleranya bukan kamu lagi jadi jangan bodoh jadi perempuan”. Pesan-pesan ini membingkai kemandirian finansial sebagai prasyarat fundamental untuk bentuk pemberdayaan yang sejati.

2. *Hypergamy* (Pemilihan Pasangan)

Terkait pemilihan pasangan, *preferred reading* yang di-encode Michelle Halim adalah perlunya perempuan memilih pasangan yang dapat memberikan keamanan finansial atau memiliki status sosial-ekonomi yang setara atau lebih tinggi, sebagai strategi yang realistis dan cerdas. Narasi ini memosisikan *hypergamy* bukan sebagai keserakahan, melainkan sebagai keputusan pragmatis untuk memastikan stabilitas dan kualitas hidup di masa depan. Melalui analisis konten, ditemukan bahwa Michelle Halim kerap membagikan pandangan pada laki-laki yang mengajak hidup susah, dengan argumen-argumen kuat seperti “cowok yang ga mampu nambah wawasan, relasi bahkan hartamu. Itu bukan pasangan, tapi beban.” Ia juga secara jelas menyatakan, “Gak ada namanya cewek matre, tapi cowoknya aja yang kere” “Kalo lagi susah itu kerja, bukan berkembang biak”. Kutipan-kutipan ini menunjukkan penekanan pada nilai material dan kemampuan pasangan sebagai faktor penentu.

3. Kecantikan sebagai Modal Sosial

Preferred reading yang di-encode Michelle Halim adalah bahwa kecantikan fisik merupakan bentuk modal sosial yang strategis dan bernilai investasi bagi perempuan. Kontennya mengarahkan

audiens untuk melihat perawatan diri dan penampilan (mulai dari skincare hingga prosedur estetika) bukan sekadar tampil menarik, melainkan sebagai aset yang dapat membuka berbagai peluang. Analisis konten memperlihatkan bahwa Michelle Halim seringkali menunjukkan rutinitas dirinya dalam merawat diri (tahap skincare hingga informasi tindakan pasca operasi), dan menyertakannya dengan narasi yang menekankan “Kalau cantik pasti menang banyak,” “Lebih baik cantik buatan daripada *naturally ugly*,” dan “*beauty is pain, but ugly is painful*”. Pesan ini memposisikan kecantikan sebagai alat proaktif untuk mencapai pemberdayaan dan keuntungan dalam masyarakat.

2.2.3 Feminisme dalam Budaya Populer dan Media Sosial

Feminisme merupakan gerakan sosial dan ideologi politik yang berfokus pada kesetaraan gender dan penghapusan ketidakadilan segala bentuk ketidakadilan yang dialami oleh perempuan, baik dalam ranah publik maupun privat (Tong & Botts, 2018, p. 2). Feminisme tidak hanya berfokus pada perempuan, tetapi juga pada bagaimana struktur sosial patriarkal membentuk relasi kuasa dalam masyarakat. Melansir Martin et al. (2017) dalam konteks akademik, feminisme telah berkembang menjadi pendekatan lintas disiplin yang tidak hanya mencakup politik dan sosial, tetapi juga budaya, pendidikan, media, dan komunikasi. Menurut Tong & Botts (2018, p. 12) feminisme merupakan pemikiran dinamis yang terus berubah dan berkembang mengikuti konteks sosial dan sejarah yang melingkupinya dan sepanjang perkembangannya, feminisme terbagi ke dalam berbagai gelombang dan pendekatan yang beragam.

Tong & Botts (2018, p. 11) mengelompokkan feminisme menjadi *liberal feminism*, *radical feminism*, *Marxist/socialist feminism*, *psychoanalytic feminism*, *care-focused feminism*, *multicultural/global feminism*, *ecofeminism*, *postmodern feminism*,

hingga *third-wave feminism*. Setiap pendekatan tersebut berangkat dari konteks sosial tertentu dan menawarkan strategi berbeda dalam mencapai kesetaraan gender.

- a) Feminisme liberal, yang menekankan pentingnya kesetaraan hak hukum dan akses perempuan dalam sistem sosial yang ada.
- b) Feminisme radikal, yang menganggap patriarki sebagai akar utama penindasan terhadap perempuan dan menuntut perubahan struktural yang menyeluruh.
- c) Feminisme marxis/sosialis, yang melihat kapitalisme sebagai bagian integral dari penindasan gender.
- d) Feminisme psikoanalitik, yang menelusuri akar ketidaksetaraan gender melalui pemahaman atas struktur psikologis dan peran keluarga.
- e) Feminisme *care-focused*, yang menekankan nilai-nilai empati, perhatian, dan hubungan dalam mendefinisikan etika feminis.
- f) Feminisme *postmodern* dan multikultural, yang mengkritik universalisme dalam feminisme barat dan mengedepankan perspektif lokal, kontekstual, dan interseksional.
- g) Feminisme gelombang ketiga, yang lebih cair, inklusif, dan sering dikaitkan dengan perlawanan terhadap stereotip media serta memperjuangkan representasi yang lebih beragam.

Feminisme gelombang pertama atau *first wave feminism* muncul pada akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20 dan berfokus pada perjuangan hak-hak hukum dasar perempuan seperti hak untuk memilih, hak atas pendidikan, dan akses terhadap kepemilikan (Tong & Botts, 2018, p. 14-15). Gelombang ini identik dengan pendekatan *liberal feminism*, yang menekankan pentingnya reformasi hukum dan kebijakan publik agar perempuan dapat berpartisipasi secara setara dalam masyarakat tanpa harus mengubah struktur sosial yang ada. Feminisme gelombang kedua atau *second wave feminism*, yang

berkembang pada tahun 1960-an hingga 1980-an, memperluas isu feminis ke ranah personal, seperti pengalaman dalam rumah tangga, seksualitas, peran gender, dan tubuh perempuan (Tong & Botts, 2018, p. 51). Gelombang ini banyak dipengaruhi oleh *radical feminism* dan *marxist/socialist feminism*, yang melihat bahwa akar penindasan perempuan bersifat struktural dan berkaitan erat dengan sistem patriarki dan kapitalisme (Martin et al., 2017).

Menurut Martin et al (2017) feminisme gelombang ketiga atau *third wave feminism* muncul sejak tahun 1990-an sebagai respons terhadap keterbatasan gelombang sebelumnya yang dianggap terlalu berfokus pada pengalaman perempuan kulit putih kelas menengah. Gelombang ini menekankan pentingnya interseksionalitas dan merayakan keragaman identitas termasuk ras, etnis, kelas, dan orientasi seksual sebagai bagian dari pengalaman perempuan (Tong & Botts, 2018, p. 285). Gelombang ini sering kali bersifat lebih cair, inklusif, dan memanfaatkan media populer untuk membongkar stereotip dan menyuarakan representasi yang lebih beragam. Menurut Martin et al (2017, p. 87) feminisme gelombang keempat atau *fourth wave feminism* muncul pada awal abad ke-21, ditandai dengan pemanfaatan teknologi digital dan media sosial sebagai alat utama dalam memperjuangkan kesetaraan gender.

Gelombang keempat ini menekankan pentingnya interseksionalitas, yaitu pengakuan terhadap berbagai identitas sosial seperti ras, kelas, orientasi seksual, dan disabilitas saling terkait dan tidak bisa dipisahkan dalam memahami pengalaman perempuan dalam menghadapi ketidaksetaraan (Fischer et al., 2014, p. 34). Aktivisme feminis pada era ini bersifat lebih inklusif dan partisipatif, dengan fokus pada isu-isu seperti kekerasan seksual, pelecehan online, dan representasi perempuan dalam media (Tong & Botts, 2018). Media sosial digunakan sebagai platform untuk menyuarakan

pengalaman pribadi dan membangun solidaritas global di antara perempuan dari berbagai latar belakang (Seigfried, 1996, p. 123).

Memasuki era digital, feminisme mengalami pergeseran bentuk dan ruang geraknya. Jika sebelumnya disuarakan melalui aksi jalanan dan wacana akademik, kini feminisme hadir dalam format yang lebih cair melalui media sosial, *podcast*, *blog*, dan konten digital. Martin et al. (2017, p. 104) menekankan bahwa ruang digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemberdayaan perempuan, di mana mereka dapat menyuarakan pengalaman dan gagasannya secara lebih praktis, kontekstual, dan mudah dipahami oleh khalayak luas. Fenomena ini juga menunjukkan transformasi feminisme menjadi bagian dari budaya populer. Feminisme tidak lagi eksklusif berada di ruang akademik atau aktivisme struktural, tetapi juga tampil dalam keseharian, seperti melalui konten influencer, video edukatif di TikTok, atau kampanye kesetaraan yang dikemas dalam gaya estetik. Dalam konteks inilah, pendekatan yang berorientasi pada solusi praktis dan adaptasi terhadap realitas sosial yang sering disebut sebagai *pragmatic feminism*, menjadi semakin relevan untuk memahami bagaimana perempuan menavigasi isu-isu kesetaraan dalam kehidupan sehari-hari dan budaya digital.

2.2.4 *Pragmatic Feminism* sebagai Pendekatan dalam Resepsi Khalayak

Pragmatic feminism merupakan pendekatan feminisme yang berakar dari filsafat pragmatisme, yaitu aliran pemikiran yang menekankan pada pengalaman konkret, tindakan kontekstual, dan orientasi pada solusi nyata dalam kehidupan sosial (Seigfried, 1996). Menurut Tong & Botts (2018) pendekatan ini menghindari dogma ideologis yang kaku, dan lebih menekankan fleksibilitas serta kebermanfaatan praktis dari nilai-nilai feminisme dalam menghadapi ketimpangan gender. Dalam konteks ini, pragmatisme feminis mendorong perempuan untuk melakukan tindakan strategis dalam kerangka sistem sosial

yang ada, sambil tetap menyadari struktur ketidakadilan yang melingkupinya (Fischer et al., 2014).

Fischer et al. (2014, p. 109) menyebut pendekatan ini sebagai bentuk “*feminist-pragmatist self*”, yaitu cara berpikir yang memadukan refleksi filosofis dan tindakan praktis. Dalam pandangan ini, feminisme bukan hanya tentang perlawanan terhadap struktur patriarkal, melainkan juga bagaimana perempuan dapat membuat pilihan-pilihan strategis dan sadar dalam sistem yang ada untuk mencapai pemberdayaan dan perubahan sosial. Seperti dijelaskan oleh Seigfried (1996, p. 17), *pragmatic feminism* menggabungkan nilai-nilai demokrasi, pengalaman personal, dan orientasi pada solusi untuk menciptakan ruang yang memungkinkan terciptanya perubahan sosial yang inklusif dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, media populer seperti konten digital Instagram dan media sosial menjadi ruang penting untuk menyampaikan dan menegosiasikan nilai-nilai feminisme secara lebih cair dan komunikatif.

Sebagai pendekatan dalam resepsi khalayak, *pragmatic feminism* memberikan kerangka untuk memahami bagaimana audiens khususnya perempuan muda menerima, menafsirkan, atau bahkan merespons secara kritis pesan-pesan terkait feminisme dalam media. Pendekatan ini membuka ruang untuk membaca resepsi secara lebih terbuka, tanpa memaksakan satu tafsir tunggal atas pesan media. Namun, dalam penerapannya pada studi resepsi konten media digital, pendekatan *pragmatic feminism* tidak selalu diterima secara langsung tanpa adanya pro dan kontra. Pendekatan ini memberikan ruang untuk memahami ekspresi perempuan di ruang publik dengan cara yang lebih terbuka, termasuk bagaimana beberapa narasi di media sosial seperti yang disampaikan oleh Michelle Halim mengenai nilai-nilai seperti kemandirian, pendidikan, dan strategi hidup, yang dapat dipahami dalam konteks sistem sosial yang ada.

Dalam sejumlah kontennya, Michelle Halim mendorong perempuan untuk berpikir kritis dalam memilih pasangan, dan menjadi mandiri secara finansial. Nilai-nilai ini, jika dilihat dari perspektif *pragmatic feminism*, secara prinsip dapat sejalan dengan pemikiran ini. Namun, sebagaimana ditegaskan oleh Seigfried (1996), esensi dari feminisme pragmatis tidak hanya berfokus pada kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada, tetapi juga pada bagaimana tindakan tersebut tetap menjaga nilai-nilai penting seperti keterbukaan terhadap semua kelompok, keadilan, dan rasa saling mendukung. Dengan kata lain, feminisme pragmatis mendorong perempuan untuk mengambil langkah praktis yang mendukung keadilan sosial, tanpa mengorbankan nilai-nilai tersebut. Ketika perempuan menggunakan pendekatan pragmatis untuk memperkuat posisi mereka, penting untuk menilai apakah langkah-langkah tersebut benar-benar membawa keadilan yang lebih besar atau malah memperkuat ketidakadilan dan diskriminasi yang ada.

Oleh karena itu, dalam studi ini penting untuk menganalisis apakah pemaknaan audiens terhadap narasi Michelle Halim yang potensial mengarah pada pendekatan pragmatis menunjukkan keterbatasan. Misalnya, beberapa kontennya menampilkan narasi yang menjatuhkan laki-laki dengan kondisi ekonomi lemah, atau bahkan menyampaikan kritik terhadap perempuan lain dengan nada sarkastik dan normatif. Hal ini menjadi problematis karena, seperti yang disampaikan oleh Fischer et al. (2014), feminisme pragmatis bukanlah sekadar alat untuk memaksimalkan kepentingan individu perempuan, tetapi juga harus berpijak pada etika kolektif yang menolak hierarki sosial dan diskriminasi dalam bentuk apapun. Ketika strategi pragmatis berujung pada praktik simbolik yang menindas pihak lain, nilai-nilai feminis yang melandasi strategi tersebut patut dipertanyakan.

Martin et al. (2017) menjelaskan bahwa dalam praktik feminisme, penting bagi perempuan untuk tidak hanya membagikan pengalaman pribadinya, tapi juga mendorong rasa empati, berpikir secara reflektif, dan membangun gerakan bersama. Karena itu, konten-konten Michelle lebih banyak ditujukan untuk perempuan urban dan fokus pada pendekatan yang bersifat pribadi. Dalam analisis nanti, perlu mempertanyakan lebih lanjut apakah kontennya benar-benar mendorong perempuan untuk saling mendukung dan bergerak bersama, atau justru memperkuat cara pandang yang bersifat persaingan dan tertutup, yang sebenarnya tidak sejalan dengan prinsip feminisme. Tong & Botts (2018) juga menjelaskan bahwa *pragmatic feminism* juga tetap harus berpijak pada nilai-nilai dasar feminisme. Kalau sikap pragmatis justru dipakai untuk membenarkan tindakan yang bersifat memandang rendah orang lain, membatasi kelompok tertentu, atau merugikan laki-laki dan perempuan dari latar belakang sosial yang berbeda, maka perlu hati-hati agar tidak terjebak dalam apa yang disebut sebagai “*pragmatism without feminism*”, yakni pendekatan hidup yang melupakan pentingnya keadilan dan nilai-nilai kesetaraan gender.

2.2.5 Representasi *Hypergamy* dalam Narasi Kemandirian Perempuan

Hypergamy merupakan kecenderungan untuk memilih pasangan dari status sosial yang lebih tinggi, dan hal ini telah menjadi bagian dari struktur sosial selama berabad-abad (Stevens, 2021). Melalui buku *hypergamy* oleh Stevens (2021) disebutkan sebagai “*act of marrying or having sex with a person of a higher caste, socioeconomic status, etc.*” dan menekankan bagaimana praktik ini seringkali dipandang wajar dalam berbagai budaya, bahkan dijadikan norma sosial yang menguntungkan perempuan secara strategis dalam sistem patriarkal (Stevens, 2021, p. 1). Namun dalam konteks feminisme masa kini, khususnya dalam pendekatan feminisme yang mengedepankan

pragmatisme (yang berfokus pada strategi adaptif dan solusi nyata), *hypergamy* dapat dilihat dari dua sisi. Di satu sisi, perempuan memilih pasangan dengan status ekonomi lebih tinggi bisa dianggap sebagai strategi untuk mendapatkan rasa aman secara finansial, terutama jika perempuan tidak punya akses langsung terhadap sumber daya ekonomi. Stevens (2021, p. 28) menyebut bahwa dalam sejarahnya, banyak perempuan mengandalkan pernikahan sebagai satu-satunya jalan untuk meningkatkan status sosial.

Dalam sejarahnya perempuan sering tidak memiliki akses terhadap sumber daya ekonomi secara langsung, sehingga pernikahan dengan laki-laki dari kelas sosial lebih tinggi menjadi sarana mobilitas sosial yang praktis (Stevens, 2021, p. 28-29). Namun, jika dikaitkan dengan nilai-nilai dasar feminisme, praktik *hypergamy* bisa menjadi paradoksal ketika dijadikan norma yang justru memperkuat ketimpangan struktural. Stevens (2021, p. 75) menjelaskan bahwa meskipun perempuan modern kini memiliki lebih banyak peluang ekonomi, kecenderungan *hypergamy* tidak sepenuhnya hilang, melainkan menyesuaikan dengan norma baru: perempuan independen yang tetap memilih pasangan dengan daya tarik ekonomi tinggi karena alasan "*reproductive success*". Hal ini menunjukkan bahwa walaupun narasi tentang perempuan mandiri semakin kuat, keputusan relasional mereka sering kali masih dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial lama tentang siapa yang dianggap "layak" dijadikan pasangan.

Dalam konteks media digital, narasi *hypergamy* sering kali direpresentasikan sebagai bentuk kecerdasan strategis perempuan dalam bentuk konten yang menyarankan perempuan untuk mencari pasangan yang stabil, mapan, atau lebih sukses. Representasi ini kadang dianggap sebagai bentuk kecerdasan atau strategi hidup. Namun, pendekatan feminis pragmatis mengingatkan bahwa strategi tersebut harus tetap mempertimbangkan nilai-nilai keadilan bagi

semua perempuan, tidak hanya untuk mereka yang punya *privilege*. Seperti ditegaskan oleh Tong & Botts (2018), feminisme pragmatis bukan hanya soal bagaimana perempuan bisa menyesuaikan diri dengan sistem yang ada, tetapi juga soal bagaimana mereka tidak ikut memperkuat ketidaksetaraan baru yang mungkin timbul dalam prosesnya. Narasi-narasi di media sosial, termasuk yang disampaikan oleh figur publik seperti Michelle Halim, sering kali menekankan pentingnya kemandirian finansial dan pilihan pasangan berdasarkan kriteria tertentu. Jika narasi ini disusun dalam bahasa yang terkesan kompetisi dan superioritas, maka makna kemandirian yang ditawarkan cenderung negatif akan kelas dan mempersempit ruang solidaritas para perempuan dari lintas latar belakang.

Dalam masyarakat modern, *hypergamy* dapat muncul sebagai bentuk tekanan psikologis maupun sosial bagi perempuan untuk terus mencari “yang lebih baik” dalam relasi romantis, yang sering kali tidak mengarah pada kebebasan, melainkan pada kecemasan dan ekspektasi yang merugikan kesejahteraan perempuan sendiri (Stevens, 2021, p. 84). Oleh karena itu, membaca representasi *hypergamy* dalam narasi kemandirian perempuan tidak cukup hanya melihatnya sebagai strategi adaptif, tetapi juga perlu menimbang apakah strategi tersebut benar-benar memberi ruang bagi keadilan sosial atau justru memperkuat individualisme dan konsumerisme dalam relasi gender. Dengan demikian, konsep *hypergamy* ini esensial untuk membongkar lapisan makna yang kompleks di balik pesan-pesan Michelle Halim, sekaligus menganalisis bagaimana audiens menavigasi kontradiksi antara cita-cita kemandirian dan realitas sosial dalam pilihan relasi mereka.

2.2.6 Resepsi Audiens terhadap Nilai Feminisme di Media Digital

Media digital telah merevolusi cara audiens berinteraksi dengan ideologi dan representasi gender. Tidak hanya sebagai konsumen

pasif, audiens kini memiliki peran aktif dalam menyaring, mengomentari, dan bahkan mereproduksi narasi feminisme yang mereka temui secara online. Martin et al. (2017, p. 140) menekankan bahwa keterlibatan audiens dalam feminisme digital merupakan bagian dari "*feminist praxis*" di mana pemahaman dan dukungan terhadap kesetaraan muncul melalui proses interpretasi sehari-hari.

Dalam konteks resepsi audiens di media digital, pemaknaan terhadap nilai-nilai feminisme dapat sangat beragam dan kontekstual. Audiens mungkin tidak selalu menafsirkan konten sebagai gerakan politis yang keras, tetapi bisa mengapresiasi nilai-nilai seperti kemandirian, kesetaraan peran gender, atau pemberdayaan perempuan dalam bentuk yang lebih sederhana dan membaur. Fischer et al. (2014, p. 145) menyatakan bahwa perubahan sosial feminis yang signifikan justru sering muncul dari proses reflektif kecil yang dilakukan oleh individu dalam kehidupannya sendiri. Oleh karena itu, penting untuk melihat bagaimana audiens menerima, menegosiasikan, atau bahkan menolak nilai-nilai feminis dalam konten digital karena dari proses tersebut kita bisa memahami dinamika kekuatan wacana, pengaruh media, dan keberdayaan individu dalam membentuk pandangan terhadap feminisme.

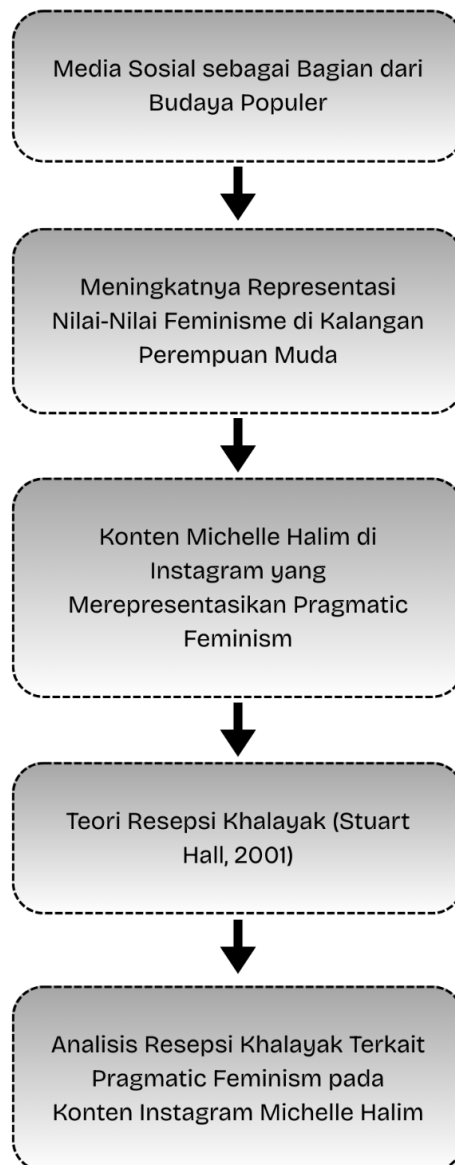
2.3 Kerangka Pemikiran

Perkembangan media digital dan budaya populer telah menciptakan ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai feminisme kepada khalayak luas. Media seperti *podcast*, YouTube, dan media sosial memungkinkan munculnya narasi-narasi feminis yang tidak melulu konfrontatif atau ideologis, melainkan lebih komunikatif dan reflektif. Dalam konteks ini, pendekatan feminisme yang menekankan fleksibilitas, kesadaran kontekstual, dan orientasi pada solusi praktis (yang dapat disebut sebagai *pragmatic feminism*) menjadi relevan untuk dipahami. Dalam pendekatan ini, feminisme tidak hanya dipahami sebagai

perlawanan terhadap sistem patriarki, melainkan juga sebagai kemampuan untuk membuat pilihan strategis dalam sistem yang ada.

Kehadiran nilai-nilai feminis dalam media populer mengundang berbagai respon dari khalayak, khususnya perempuan muda. Mereka tidak serta-merta menerima pesan yang disampaikan, melainkan melakukan proses pemaknaan sesuai dengan pengalaman, nilai, dan posisi sosial mereka. Untuk memahami proses ini, digunakan teori resepsi dari Stuart Hall, yang membagi posisi audiens menjadi tiga: dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana narasi-narasi feminisme yang ada dalam media populer dimaknai oleh khalayak melalui proses resepsi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bahwa makna feminisme tidak tunggal, dan dapat berubah sesuai dengan pengalaman, nilai, serta posisi individu dalam masyarakat, termasuk potensi munculnya pola pemaknaan yang cenderung bersifat pragmatis.





Gambar 2. 2 Gambar Alur Penelitian

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA