

MEDIA SOSIAL SEBAGAI KATALIS PENDIDIKAN: DINAMIKA GERAKAN KESETARAAN GENDER DI INDONESIA MELALUI PERSPEKTIF STRUKTURASI

Ni Wayan Giri Adnyani^{1*}, Udi Rusadi²

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta¹

Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta²

Email: giriadnyani@gmail.com^{1*}

Abstrak

Dalam konteks disiplin ilmu komunikasi, media sosial telah menjadi media yang kuat dalam menyebarkan pesan hingga memobilisasi massa untuk tujuan sosial. Media sosial dapat dikatakan menjadi medium dalam agenda dan advokasi perubahan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam memfasilitasi gerakan kesetaraan gender di Indonesia dengan perspektif ekonomi politik komunikasi. Penelitian ini akan berfokus pada konsep strukturasi Vincent Mosco dengan menggali bagaimana peran agensi dalam menciptakan gerakan sosial mengenai kesetaraan gender di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan netnografi terhadap konten media sosial yang terkait dengan gerakan kesetaraan gender di Indonesia. Data yang dikumpulkan meliputi postingan, komentar, dan tagar terkait isu-isu gender yang diunggah di platform Instagram. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram memiliki potensi untuk berperan dalam menggerakkan dan memperluas gerakan kesetaraan gender di Indonesia yang memungkinkan pemuda, kelompok advokasi, dan individu lainnya untuk menyuarakan isu-isu gender, memobilisasi dukungan, dan menyebarkan pesan-pesan gerakan.

Kata Kunci : Strukturasi, Gerakan Sosial, Feminisme, Instagram

Abstract

In the context of communication discipline, social media has emerged as a powerful platform for disseminating messages and mobilizing masses for social causes. It can be argued that social media serves as a medium for promoting and advocating social change. This research aims to analyze the role of social media in facilitating the gender equality movement in Indonesia from the perspective of political economy of communication. This research focuses on Vincent Mosco's structuration concept by exploring the agency's role in creating social movements regarding gender equality on Instagram. This study uses a qualitative research method with ethnography on social media content related to the gender equality movement in Indonesia. The data collected includes posts, comments and hashtags related to gender issues uploaded on the Instagram platform. This research indicates that Instagram has the potential to play a role in mobilizing and expanding the gender equality movement in Indonesia by enabling youth, advocacy groups, and other individuals to voice gender issues, mobilize support, and spread messages of the movement.

Key Words : Structuration, Social Movement, Feminism, Instagram

PENDAHULUAN

Dinamika aktivisme kesetaraan gender di Indonesia adalah dinamika yang kompleks dan terus berkembang dalam beberapa tahun ke belakang. Terdapat sejumlah kelompok dan individu yang berbeda yang bekerja untuk mempromosikan kesetaraan gender di Indonesia, dan metode serta pendekatan mereka sangat bervariasi. Beberapa kelompok bekerja secara formal,

di antaranya Koalisi Perempuan Indonesia untuk Keadilan dan Demokrasi (KPID), Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia (YLBHI), hingga Komnas Perempuan. Organisasi formal ini bekerja pada berbagai isu yang berkaitan dengan kesetaraan gender, termasuk kekerasan terhadap perempuan, diskriminasi di tempat kerja, dan akses ke pendidikan dan kesehatan.

Selain organisasi formal tersebut, ada juga sejumlah kelompok informal dan individu yang bekerja untuk kesetaraan gender di Indonesia. Gerakan sosial oleh kelompok masyarakat tidak terbatas pada aktivitas fisik saja tetapi juga melibatkan dukungan dan partisipasi melalui media internet. Kelompok-kelompok ini seringkali menggunakan media sosial dan platform online lainnya untuk meningkatkan kesadaran akan isu-isu gender dan untuk memobilisasi dukungan untuk perubahan. Salah satu kelompok yang paling aktif menyuarakan kesetaraan gender di media sosial adalah Perkumpulan Lintas Feminist Jakarta (atau Jakarta Feminist), yang aktif menyuarakan kesetaraan gender di platform Instagram.

Gerakan sosial yang muncul melalui media sosial lebih dikenal dengan istilah *social media activism* [1] maupun *digital activism* ([2], [3]). Aktivisme media sosial merupakan pemanfaatan platform media sosial untuk meningkatkan kesadaran tentang masalah sosial dan politik, untuk memobilisasi orang untuk mengambil tindakan, dan bahkan untuk menuntut peran pemerintah. Platform media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* umumnya digunakan untuk terhubung satu sama lain dan berbagi informasi tentang isu-isu penting. Tercatat sejumlah aksi penting pada tataran global berawal dari *social media activism*, di antaranya Aksi Black Lives Matter (BLM) dan #MeToo Movement yang berupaya meningkatkan kesadaran tentang pelecehan dan penyerangan seksual. Meski penggunaan media sosial muncul sebagai alat yang signifikan untuk bentuk-bentuk aktivisme tertentu tetapi tidak dapat diartikan bahwa akan ada pengaruh yang sama pada semua bentuk aktivisme yang dilakukan individu maupun kelompok [4].

Gerakan kesetaraan gender di Indonesia melibatkan berbagai aksi dan kampanye yang tujuan utamanya adalah untuk mengubah sikap dan perilaku, maupun perspektif masyarakat akan stereotipe gender. Aksi dan kampanye yang dikomunikasikan melalui media sosial dilakukan melalui tagar atau hashtag, kampanye melalui foto maupun video, petisi online, hingga membuat komunitas online. Kampanye dan aksi kesetaraan gender di media sosial tersebut memainkan peran penting dalam memobilisasi dukungan, meningkatkan kesadaran, dan mengadvokasi perubahan sosial. Sebagian besar aktivis kesetaraan gender menggunakan media sosial untuk meluncurkan kampanye online yang berfokus pada isu-isu tertentu. Mereka membuat konten visual menarik, video, infografis, atau meme yang menggugah emosi dan simpati. Adaya aksi dan kampanye kesetaraan gender melalui saluran non-formal seperti media sosial, menunjukkan bahwa struktur patriarki dalam masyarakat Indonesia belum mengalami perubahan substantial [5].

Menurut [6] berpendapat bahwa Digital Feminist Activism (DFA) di Indonesia dipengaruhi oleh faktor sosio-politik dan budaya termasuk sejarah panjang aktivisme perempuan di Indonesia. Menurutnya, mayoritas pengguna media sosial di Indonesia adalah kaum muda urban yang kurang terpapar perspektif feminis. Agensi dari kalangan muda, khususnya perempuan dan komunitas transgender, juga dinilai memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk DFA di negara ini.

Sementara itu, studi yang dilakukan [5] menyatakan bahwa narasi utama yang disampaikan pada akun instagram pegiat kesetaraan gender pada *Instagram* utamanya menyangkut pengetahuan mengenai feminisme, identitas individu dan dukungan kolektif (*sisterhood*), dan

penciptaan ruang yang aman. Menurutnya, sebelum media sosial ada, pengetahuan mengenai feminisme masih terbatas pada sekelompok orang atau golongan tertentu, seperti mahasiswa atau sarjana yang mempelajari gender dan feminisme. Dengan munculnya media sosial, pengetahuan menjadi lebih mudah diakses, ruang untuk memperoleh dan berbagi pengetahuan semakin luas, hingga membuatny kurang eksklusif.

Sedangkan menurut [7] gerakan feminisme kontemporer di Indonesia ditandai dengan terbentuknya pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender melalui akun aktivisme perempuan di *Instagram*. Dekonstruksi ini didorong oleh konteks sosiokultural dan sosial-politik di Indonesia yang menghadirkan tantangan dari pengaruh kelompok agama dan budaya tertentu dan nilai-nilai patriarki konservatif. Akibatnya, muncul hegemoni yang ditandai subordinasi perempuan terhadap laki-laki yang sudah mendarah daging serta didukung oleh perspektif agama konservatif dan norma-norma patriarki yang diterima secara luas. Baginya, media digital seperti *instagram* telah membuka ruang baru bagi masyarakat untuk secara bebas mendiskusikan dan mengeksplorasi beragam materi, menantang norma-norma sosial dan memfasilitasi wacana tentang topik-topik yang sebelumnya dianggap kontroversial atau tabu.

Instagram dapat dikatakan sebagai medium untuk menyuarakan kesetaraan gender yang relatif murah. Seseorang hanya perlu mendaftarkan diri pada aplikasi tersebut menggunakan email dan kemudian dia bisa berkomunikasi dan berjejaring dengan dunia global tanpa batas. Pada April 2023 jumlah pengguna *Instagram* di dunia mencapai 1,6 miliar pengguna atau 26% penduduk dunia [8]. Dari sisi demografi, sebanyak 51,6% penggunaanya adalah perempuan dan mayoritas berusia 18 – 29

tahun. “*Instagram is especially useful for a study of women’s activism because it is a feminized space*” [9]. Peran *Instagram* dalam gerakan sosial didukung dengan kemudahan penggunaanya mengunggah komunikasi visual melalui platform tersebut sebagai bentuk protes maupun menggalang aksi dan dukungan. Hal ini juga didukung oleh temuan bahwa *instagram* digunakan Koalisi Pejalan Kaki untuk melakukan gerakan sosial karena *instagram* memungkinkan interaksi yang lebih dekat dengan khalayak dan pesan dapat diteruskan maupun direplikasi (*repost*) dengan mudah [10].

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sudut pandang ekonomi politik komunikasi. Ekonomi politik komunikasi terdapat tiga konsep utama, yakni komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi [11]. Komodifikasi berkaitan dengan transformasi nilai guna suatu barang atau jasa menjadi nilai tukar. Komodifikasi terbagi menjadi tiga aspek, yaitu komodifikasi isi (konten media untuk audiens), komodifikasi audiens (rating untuk kepentingan pengiklan), dan komodifikasi pekerja (pemanfaatan pekerja oleh pemangku kepentingan media). Sementara, spasialisasi membahas penyebaran produk media kepada audiens tanpa batasan ruang dan waktu, dengan memanfaatkan teknologi komunikasi. Sedangkan strukturasi melibatkan interaksi dinamis antara agen sosial dan struktur. Dalam konsep strukturasi ini, perspektif ekonomi politik memandang bagaimana perbedaan akses ke media dan teknologi informasi baru dapat membentuk struktur sosial [11].

Dalam pandangan Vincent Mosco, proses strukturasi berpotensi menghasilkan perubahan sosial yang dipengaruhi oleh struktur sosial seperti kelas, gender, ras, gerakan sosial, termasuk hegemoni. Strukturasi menampilkan serangkaian

hubungan sosial dan proses kekuasaan yang diorganisasikan diantara kelas, gender, ras dan gerakan sosial yang saling berhubungan [12]. Perspektif ekonomi politik komunikasi ini juga memandang pentingnya individu memanfaatkan media dan teknologi untuk meningkatkan kekuatan dan pengaruh mereka. Dalam konteks gerakan kesetaraan gender di Instagram, perspektif ekonomi politik komunikasi media sosial dapat digunakan untuk gerakan sosial menantang stereotip gender serta untuk mempromosikan kesetaraan gender.

Penelitian ini berfokus pada konsep strukturasi sehingga lebih banyak menggali bagaimana peran agensi dalam menciptakan gerakan sosial mengenai kesetaraan gender di Instagram. Dalam hal ini, teori strukturasi dihubungkan dengan pemikiran Anthony Giddens dimana teori sosiologi adalah bentuk hubungan antara struktur dan agensi [13]. Teori ini menganggap bahwa proses perubahan sosial adalah hasil interaksi antara agen dan struktur. Struktur adalah sebuah seperangkat aturan dan sumber daya yang mengatur *social behaviour* sedangkan agensi merujuk pada kemampuan individu untuk melakukan tindakan dan menetapkan keputusan. Dalam konteks gerakan kesetaraan gender di Instagram, teori strukturasi dapat digunakan untuk memahami bagaimana individu menggunakan platform untuk mempromosikan pesan dan membangun wacana kesetaraan gender serta membangun komunitas.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan netnografi. Sejumlah penelitian di bidang komunikasi telah menggunakan netnografi sebagai metode analisisnya. Misalnya saja [14] yang menggunakan netnografi dalam menelaah pesan yang disampaikan suatu akun Instagram. Netnografi juga digunakan

[15] dimana Netnografi digunakan untuk mengumpulkan data dan memahami diskusi dan representasi gender yang ditemukan dalam budaya *online* di Instagram. Sementara itu, penelitian lain oleh [16] yang mengeksplorasi gerakan feminisme melalui akun @perempuanfeminis melakukan *content analysis*. Namun demikian, pendekatan netnografi pada dipandang tetap menjadi metode yang reliabel dilakukan terhadap fenomena gerakan sosial di Instagram.

Fokus penelitian ini dilakukan terhadap akun @jakartafeminist yang dikelola oleh Perkumpulan Lintas Feminis Jakarta. Pemilihan tersebut didasarkan bahwa @jakartafeminist merupakan inisiator gerakan kesetaraan gender sejak 2014 yang saat ini memiliki pengikut terbesar dalam isu kesetaraan gender di Instagram [17]. Pada tahun 2023, jumlah pengikut akun tersebut mencapai 34 ribu pengikut. Akun ini juga menginisiasi gerakan lain seperti Southeast Asia Feminist Action Movement serta aksi Women's March Jakarta. Meskipun sejumlah akun lain memiliki jumlah pengikut lebih besar seperti @indonesiafeminis, namun @jakartafeminist lebih memberikan perhatian lebih pada urusan kesetaraan gender dan penelusuran organisasinya lebih jelas. Pengamatan terhadap akun @jakartafeminist sendiri dilakukan terhadap *Instagram post* hingga bulan Mei 2023. Data sekunder lain diperoleh dari jurnal maupun literatur terbaru lainnya mengenai aktivisme kesetaraan gender di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

***Digital Activism* oleh Jakarta Feminist**

Menurut [18] berpendapat bahwa terdapat lima bentuk praktik *digital activism*, yakni: (1) advokasi dan komentar politik; (2) rekrutmen, membangun gerakan, dan kampanye; (3) organisasi & koordinasi; (4) aksi langsung secara online, *hacktivism*, dan

pembangkangan sipil; dan (5) penelitian dan dokumentasi. Berdasarkan pengamatan terhadap *post* @jakartafeminist, sebagian besar kategori praktik tersebut telah dilakukan. Advokasi dan komentar politik merupakan kegiatan utama dari Jakarta Feminist di *Instagram*. Kegiatan ini dilakukan dengan membuat *post*, *reels*, serta *story* yang menyuarakan berbagai isu yang menyangkut urusan ketidakadilan gender. Konten yang dipublikasikan sebagian besar merupakan buatan Jakarta Feminist dan sebagian lainnya merupakan reproduksi/*repost* dari konten komunitas lain yang memiliki perhatian yang sama terhadap isu gender.

Kegiatan rekrutmen, membangun gerakan sosial, dan kampanye juga menjadi salah satu kegiatan utama Jakarta Feminist. Salah satu yang paling menonjol adalah gerakan Women's March Jakarta yang berhasil merekrut ratusan individu yang memiliki keresahan yang sama terhadap isu-isu gender. Pada tahun 2023 gerakan ini dilaksanakan di sekitaran Monumen Nasional Jakarta dan menyuarakan sembilan tuntutan, yang salah satunya adalah keinginan meningkatkan keterwakilan politik perempuan. Gerakan ini telah menjadi agenda tahunan yang semakin diminati oleh kaum muda di Jakarta dan sekitarnya. Meningkatnya animo individu dalam gerakan ini secara tidak langsung turut meningkatkan *awareness* isu gender pada media massa di Indonesia.

Kegiatan lain yang dilakukan Jakarta Feminist adalah diseminasi penelitian dan pendokumentasian kegiatan. Salah satu kegiatan penelitian yang dilakukan oleh Jakarta Feminist adalah terkait Femisida yang dilakukan pada tahun 2021. Dalam penelitian tersebut juga menganalisis framing liputan media tentang kasus pembunuhan terhadap perempuan di Indonesia. Selain melakukan penelitian,

mereka juga mendukung kegiatan penelitian yang dilakukan oleh aktivis lainnya. Salah satunya adalah dukungan terhadap riset yang menyangkut praktik kekerasan dan pelecehan di dunia kerja. Penelitian tersebut dilakukan oleh Konde.co dan Voice yang sama-sama bergerak dalam isu gender.



Gambar 1. Posting JakartaFeminist terkait kegiatan penelitian
(Sumber: Instagram @jakartafeminist, 2023)

Peran Agensi dalam Gerakan Sosial

Menurut [6], aktivisme kesetaraan gender secara digital dimulai dari peran individu yang berperan sebagai agen sosial. Individu tersebut awalnya berbekal pengetahuan dari kelas diskusi mengenai feminisme dan gender termasuk pelatihan menulis mengenai topik tersebut. Awalnya terbentuk forum diskusi di *Facebook* dengan nama *Jakarta Feminist Discussion Group* (JFDG). Forum diskusi *online* tersebut diinisiasi oleh Kate Walton yang merupakan wanita berkewarganegaraan Australia. Peserta diskusi *online* tersebut terdiri dari kaum muda, termasuk siswa di tingkat sekolah dan universitas, meskipun sebagian besar merupakan pekerja dalam berbagai bidang pekerjaan. Forum tersebut

mendiskusikan tentang isu-isu feminis dasar di Indonesia.

Digunakannya media sosial sebagai medium komunikasi disebabkan minimnya isu-isu gender yang diangkat oleh media mainstream di Indonesia. Media mainstream selama ini dikenal hanya mementingkan pragmatisme profit [19]. Media sosial juga dianggap sebagai ruang untuk menyalurkan kebebasan berekspresi dan berpendapat. Media sosial juga memungkinkan penerima informasi dan akses yang lebih besar, terutama kepada kaum muda Indonesia yang tinggal jauh dari perkotaan dan jauh dari paparan media mainstream. Penetrasi dan makin meluasnya sinyal internet memungkinkan kaum muda untuk terhubung dengan media sosial dan mendapatkan akses informasi yang lebih luas yang mungkin tidak selalu dipublikasikan oleh media mainstream. Mainstream media, seperti surat kabar dan televisi, seringkali bisa lebih mahal terutama di daerah pedesaan. Di sisi lain, media sosial digunakan dan dapat diakses lebih murah bahkan gratis di berbagai perangkat, termasuk *smartphone* dan komputer.

Semakin intensifnya diskusi secara online kemudian mendorong komunitas tersebut menggelar event di ruang-ruang publik kota. Pada awalnya acara yang digelar adalah berupa *gathering* dan menggelar *book club* membahas isu feminisme. Kemudian agenda berkembang lebih besar dengan diadakannya Feminist Festival dan Women's March Jakarta pada tahun 2017 [6]. Women's March yang pertama kali diselenggarakan di Washington DC pada tahun 2017 merupakan gerakan sosial yang awalnya ditujukan untuk menyampaikan berbagai kekhawatiran mengenai kepresidenan Trump yang tidak hanya sekadar masalah perempuan, termasuk rasisme, hak-hak imigran, lingkungan, dan ketidaksetaraan pendapatan [9]. Women's

March tersebut juga dimobilisasi dari posting dari media sosial, termasuk Instagram.

Berdasarkan perspektif teori strukturasi, peran agensi sosial maupun individu sangat krusial dalam terjadinya gerakan kesetaraan gender. Hasil studi [6], [17] menunjukkan bahwa keberadaan agen sosial yang memiliki pengetahuan dan kemampuan menguasai sosial media berdampak pada munculnya kelompok dengan identitas berbasis gender, sekaligus memiliki kesamaan keprihatinan, dan tujuan yang sama untuk membela hak-hak perempuan dan minoritas di Indonesia. Hal ini sesuai pandangan [11] dimana keberhasilan gerakan sosial sering bergantung pada kapasitas untuk menyatukan individu dari berbagai kategori sosial dan menyatukan mereka di sekitar kepentingan atau tujuan bersama..

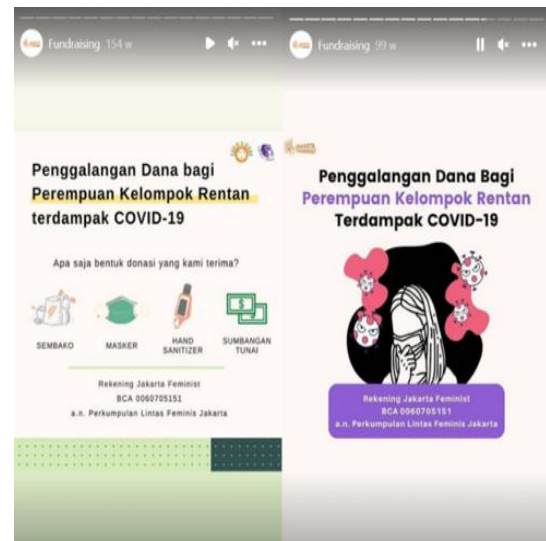
Kepemilikan Sumber Daya sebagai Suatu Struktur

Perkumpulan Lintas Feminis Jakarta bergerak dengan modalitas yang beragam [17]. Pertama, mereka memiliki sumber daya moral, yakni adanya solidaritas yang diperoleh melalui partisipasi dalam gerakan feminis lokal dan global. Selain itu adanya empati yang dihasilkan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh anggota/golongan mereka dan mengubahnya menjadi masalah kolektif. Kedua, mereka memiliki sumber daya budaya, seperti pengetahuan feminis dan kemampuan untuk menyebarkannya melalui kampanye media sosial. Ketiga, mereka memiliki sumber daya sosial-organisasi, termasuk tim yang terdiri dari sembilan staf yang mendukung organisasi struktural mereka, serta aliansi dengan puluhan komunitas dan lembaga non pemerintahan.

Keempat, mereka memiliki akses ke sumber daya materi dan keuangan. Menurut laporan

tahunan JakartaFeminist, pada tahun 2022 mereka memperoleh dana sebesar Rp 2,9 Miliar [20]. Angka tersebut naik signifikan dari tahun 2021 yang hanya sebesar Rp 910 juta. Pada tahun 2022 JakartaFeminist mendapatkan dukungan dari lima lembaga donor yakni Canada Fund for Local Initiatives (CFLI) Indonesia, Canada Fund for Local Initiatives (CFLI) ASEAN, Fondation Botnar, Safe Abortion Action Fund, dan Mama Cash. JakartaFeminist juga membuka dan menerima donasi dari individu. Pada tahun 2022, mereka berhasil mengumpulkan Rp 118,4 juta dari masyarakat yang digunakan untuk keperluan dana darurat.

Sumber daya lain yang tak kalah penting adalah pengikut di sosial media yang besar. Berdasarkan laporan Jakarta Feminist 2022, antara akhir tahun 2021 dan akhir tahun 2022 akun Instagram @jakartafeminist mengalami pertumbuhan pengikut yang signifikan. Jumlah pengikut akun meningkat dari 28.420 menjadi 34.217, atau tumbuh sebesar 20%. Sepanjang tahun, konten dari @jakartafeminist berhasil mencapai hampir 895.000 akun Instagram. Selain itu, akun tersebut terlibat dengan lebih dari 190.000 akun, menghasilkan total 2.346.950 *impression*. Konten tersebut juga mengumpulkan 318.489 *content interaction*. Yang sangat menarik adalah bahwa 33% dari akun yang dijangkau oleh @jakartafeminist dan 27% dari mereka yang terlibat dengan akun tersebut bukan pengikut yang sudah ada. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dibagikan oleh Jakarta Feminist sedang dibagikan secara luas oleh para pengikutnya, memungkinkannya untuk menjangkau dan menarik audiens baru.



Gambar 2. Cuplikan story JakartaFeminist terkait penggalan dana

(Sumber: Instagram @jakartafeminist, 2023)

Gerakan Sosial Lintas Kelas Sosial

Gerakan kesetaraan gender di Indonesia yang dilakukan oleh @jakartafeminist mencakup berbagai masalah dan melibatkan individu dari berbagai kelas sosial, latar belakang, dan identitas. Beragam isu menjadi perhatian dari Jakarta Feminist melalui akun instagramnya, seperti kesetaraan gender, kebijakan dan regulasi yang menyangkut hak-hak perempuan, kekerasan terhadap perempuan, hak-hak reproduksi, diskriminasi di tempat kerja, serta norma dan praktik budaya yang melanggengkan ketidaksetaraan gender. Bahkan, isu mengenai keadilan bagi komunitas LBGTQ+ juga menjadi perhatian mereka akhir-akhir ini. Sejumlah wacana dan isu tersebut nyaris tidak terangkat pada media mainstream di Indonesia. Konten yang kemudian diunggah @jakartafeminist menjadi pemicu kesadaran kolektif dan pengetahuan akan hal tersebut. Masalah-masalah tersebut berdampak secara langsung maupun tidak langsung pada perempuan dari berbagai kelas sosial, etnis, agama, dan wilayah di Indonesia.



Gambar 3: Beragamnya post JakartaFeminist terkait sejumlah isu
(Sumber: Instagram @jakartafeminist, 2023)

Terdapat perdebatan mengenai apakah gerakan kesetaraan gender terbatas atau eksklusif untuk kelas sosial tertentu. Menurut pandangan [21], muncul bias kelas dalam gerakan kesetaraan gender yang dilakukan secara digital. Umumnya mereka hanya mewakili perempuan muda kelas menengah, terdidik, melek teknologi, dan perkotaan. Terlebih lagi apabila konten yang diproduksi menggunakan bahasa Inggris, maka akan ada kesenjangan akses dalam mendapatkan dan mendiskusikan informasi mengenai isu gender di Instagram.

Hal menarik ditampilkan konten yang diproduksi @jakartafeminist. Pertama, mengenai bahasa yang digunakan. Hampir seluruh konten dan *captions* yang diproduksi sendiri sejak Januari 2022 hingga Mei 2023 menggunakan bahasa Indonesia. Hanya muncul ada beberapa istilah dalam bahasa Inggris yang muncul salah satunya Eating Disorder Awareness Week pada Februari 2022. Jika mengacu pendapat sebelumnya mengenai ketidaksetaraan akses karena bahasa, dapat dikatakan Jakarta Feminist berupaya untuk meminimalisir hal tersebut.

Aksi Jakarta Feminist juga tidak hanya terbatas pada isu-isu perempuan muda kelas menengah, terdidik, melek teknologi, dan

tinggal di perkotaan. Hal ini tercermin pada diangkatnya isu Rancangan Undang-undang Perlindungan Pekerja Rumah Tangga. Pekerja Rumah Tangga yang mayoritas merupakan perempuan dan golongan ekonomi bawah membutuhkan keadilan atas kondisi eksploitasi, diskriminasi, dan pelecehan yang sering menimpa mereka. Akun @jakartafeminist membuktikan bahwa isu yang dihadapi kelas sosial tertentu merupakan isu kolektif yang perlu mendapatkan perhatian. Meski betul ada kemungkinan bahwa pengalaman dan tantangan yang dihadapi oleh perempuan di kelas sosial yang berbeda dapat bervariasi, namun itu tidak berarti bahwa gerakan kesetaraan gender terbatas atau eksklusif untuk kelas sosial tertentu. Hal ini sejalan dengan pendapat [22] yang mengakui bahwa ketidaksetaraan gender seringkali bersinggungan dengan bentuk-bentuk penindasan lainnya seperti ras, kelas, agama, dan seksualitas. Dalam hal ini penting untuk memahami pengalaman dan perjuangan perempuan dari berbagai latar belakang sosial dalam gerakan feminis yang lebih luas. Ini sekaligus mengakui bahwa pengalaman individu tentang ketidaksetaraan dan diskriminasi beririsan berbagai identitas sosial dan sistem kekuasaan. Mengenai fenomena ini [23] mengistilahkan sebagai *affective injustice*, dimana individu turut merasakan ketidakadilan yang kemudian termotivasi untuk mengambil tindakan kolektif.

SIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi gerakan kesetaraan gender melalui Instagram yang dilakukan oleh Jakarta Feminist dengan perspektif ekonomi politik komunikasi. Dalam kasus ini, diketahui bahwa peran agensi sangat berpengaruh terhadap muncul dan berkembangnya suatu gerakan sosial. Individu yang memiliki kapasitas dan perhatian besar pada suatu isu kemudian berjejaring membentuk sebuah struktur yang dimediasi oleh media sosial

yang berusaha mengubah struktur yang ada saat ini. Mereka memiliki berbagai modalitas untuk dapat menyuarakan keresahannya serta melakukan perubahan sosial. Keberadaan media sosial juga menjadi krusial untuk menjembatani akses informasi akan isu kesetaraan gender yang selama ini kurang ditampilkan pada media mainstream. Dalam hal ini pula Instagram menjadi medium yang tepat untuk menggalang partisipasi dan kesadaran kolektif kaum perempuan yang sekaligus menjadi pengguna mayoritas Instagram. Berbagai program yang dilakukan Jakarta Feminist yang ditampilkan melalui Instagram berusaha menerobos hegemoni masyarakat saat ini yang cenderung patriarkis dan abai terhadap keadilan bagi perempuan dan kaum marjinal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Gerbaudo dan E. Treré, "In Search of The 'We' of Social Media Activism: Introduction to The Special Issue on Social Media and Protest Identities," *Information Communication and Society*, vol. 18, no. 8. Routledge, hlm. 865–871, 3 Agustus 2015. doi: 10.1080/1369118X.2015.1043319.
- [2] E. Treré dan A. Kaun, "Digital Media Activism," dalam *Digital Roots*, De Gruyter, 2021, hlm. 193–208. doi: 10.1515/9783110740202-011.
- [3] A. Castillo-Esparcia, L. Caro-Castaño, dan A. Almansa-Martínez, "Evolution of Digital Activism on Social Media: Opportunities and Challenges," *El Profesional de la información*, Mei 2023, doi: 10.3145/epi.2023.may.03.
- [4] S. Valenzuela, "Unpacking the Use of Social Media for Protest Behavior: The Roles of Information, Opinion Expression, and Activism," *American Behavioral Scientist*, vol. 57, no. 7, hlm. 920–942, Jul 2013, doi: 10.1177/0002764213479375.
- [5] R. E. Pasaribu, "Feminist Knowledge, Self-Empowerment and Sisterhood, and Safe Feminist Knowledge, Self-Empowerment and Sisterhood, and Safe Space: How the 'Perempuan Berkisah' Community Group Space: How the 'Perempuan Berkisah' Community Group Empowers Indonesian Women in the Pandemic Era Empowers Indonesian Women in the Pandemic Era," 2021. [Daring]. Tersedia pada: <https://vc.bridgew.edu/jiws/vol22/iss12/10>
- [6] G. D. Parahita, "The Rise of Indonesian Feminist Activism on Social Media," *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, vol. 4, no. 2, hlm. 104–115, Des 2019, doi: 10.25008/jkiski.v4i2.331.
- [7] M. P. F. Purwaningtyas, "Indonesian Women's Activism in Instagram," *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, vol. 18, no. 2, hlm. 141–162, 2021.
- [8] Data Reporter, "The Latest Instagram Statistics: Everything You Need to Know — DataReportal – Global Digital Insights," 2023. <https://datareportal.com/essential-instagram-stats> (diakses 2 Juni 2023).
- [9] R. L. Einwohner dan E. Rochford, "After the March: Using Instagram to Perform and Sustain the Women's March," *Sociological Forum*, vol. 34, no. S1, hlm. 1090–1111, Des 2019, doi: 10.1111/socf.12542.
- [10] L. Ramadhanti dan Y. Setyanto, "Pemanfaatan Instagram dalam Sosialisasi Gerakan Selamatkan Pejalan Kaki (Studi pada Komunitas Koalisi Pejalan Kaki)," *Prologia*, vol. 2, no. 2, hlm. 400–408, 2018, [Daring]. Tersedia pada: [78](https://news.detik.com/kolom/d-</p></div><div data-bbox=)

- [11] V. Mosco, *The political economy of communication*, 2 ed. Sage Publications, 2009.
- [12] K. Rabbani dan D. Trijayanto, "Ekonomi Politik Media dalam New Media (Studi Deskriptif Praktik Spasialisasi pada Channel Youtube Atta Halilintar)," *Public Relation dan Media Komunikasi*, vol. 5, no. 1, hlm. 189–215, 2019.
- [13] F. Nashir, "Memahami Strukturasi dalam Perspektif Sosiologi Giddens," *Sosiologi Relfektif*, vol. 7, no. 1, hlm. 1–9, 2012.
- [14] A. Noviani dan S. Wijayanti, "Instagram sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal di Indonesia (Studi Netnografi di Akun Instagram @singlemomsindonesia)," *Jurnal Netnografi Komunikasi*, vol. 1, no. 1, hlm. 1–13, 2022.
- [15] W. E. Smith, A. N. Kimbu, A. de Jong, dan S. Cohen, "Gendered Instagram Representations in The Aviation Industry," *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 31, no. 3, hlm. 639–663, Mar 2023, doi: 10.1080/09669582.2021.1932933.
- [16] F. Shabira, "Representasi Gerakan Feminisme pada Akun Instagram @perempuanfeminis," *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, vol. 8, no. 2, hlm. 71–83, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <http://journals.telkomuniversity.ac.id/liski71JurnalIlmiahLISKI>
- [17] R. Annisa, "Digital Feminist Activism: Analyzing Jakarta Feminist as a Collective Identity, Resources, Network, Information Dissemination, and Mobilization," *Jurnal Sosiologi Dialektika*, vol. 16, no. 2, hlm. 175, Sep 2021, doi: 10.20473/jsd.v16i2.2021.175-186.
- [18] S. M. Özkula, "What is Digital Activism Anyway? Social Constructions of the 'Digital' in Contemporary Activism," *Journal of Digital Social Research*, vol. 3, no. 3, hlm. 60–84, 2021.
- [19] N. Islam, "Perempuan dalam Media Massa di Indonesia: Analisis Isi Media Massa Tentang Sosok Perempuan dalam Paradigma Kritis," *Yin Yang*, vol. 3, no. 1, hlm. 89–100, 2008.
- [20] Jakarta Feminist, "Annual Report Jakarta Feminist 2022," 2023.
- [21] M. E. Sokowati, "Feminist Activism in Digital Culture: Problems of Class and Ethics," *Jurnal ASPIKOM*, vol. 7, no. 2, hlm. 60, Jul 2022, doi: 10.24329/aspikom.v7i2.1146.
- [22] É. Lépinard, *Feminist Trouble*. Oxford University Press, 2020. doi: 10.1093/oso/9780190077150.001.0001.
- [23] M.-G. Chon dan H. Park, "Social Media Activism in the Digital Age: Testing an Integrative Model of Activism on Contentious Issues," *Journal Mass Commun Q*, vol. 97, no. 1, hlm. 72–97, Mar 2020, doi: 10.1177/1077699019835896.