

## **BAB II**

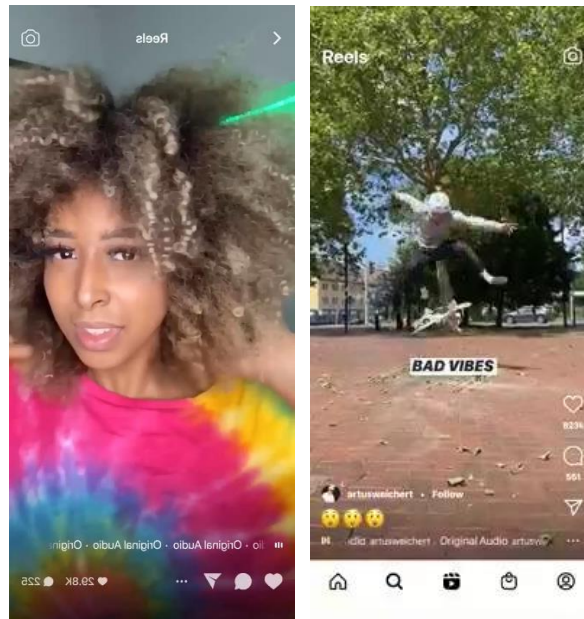
### **PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI RUANG BEBAS BEREKSPRESI BAGI PEREMPUAN**

#### **2.1 Instagram**

Aplikasi Instagram diluncurkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010. Aplikasi ini berfokus pada pengalaman pengguna dalam berbagi foto dan komentar dengan sesama. Delapan belas bulan kemudian, Instagram telah memiliki 13 pegawai dan 30 juta pengguna (semua pengguna iPhone) dan dibeli oleh Facebook seharga US\$1 Miliar. Selama eksistensinya hingga kini, Instagram telah mengalahkan Snapchat dengan meluncurkan stories dan meningkatkan alat untuk berkreasi dan berekspresi didalam stories (Abidin, 2020). Dengan kesuksesan Instagram, banyak fitur yang terus dikembangkan untuk pengguna dapat dengan mudah mengekspresikan dirinya secara bebas. Fitur yang dirilis Instagram hingga saat ini yaitu:

1. Reels

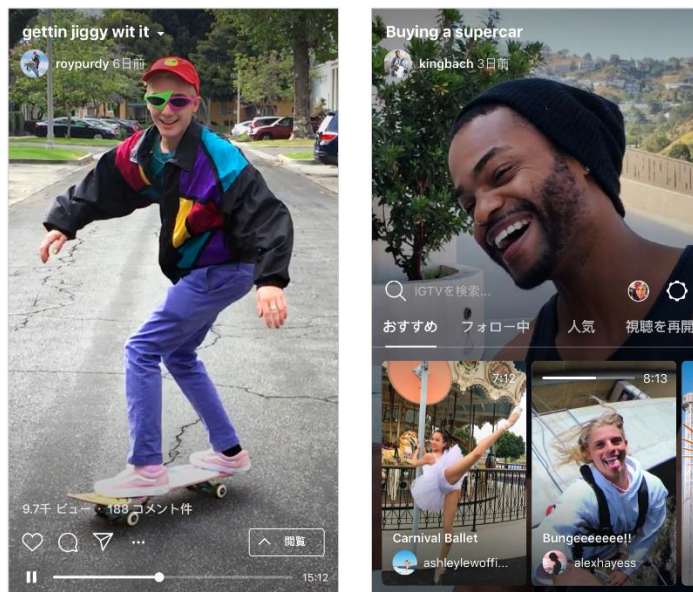
Fitur *Reels* secara resmi diluncurkan pada tahun 2021. Pengguna dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 90 detik yang disertai teks, filter AR, suara, atau musik. Fitur ini biasanya digunakan sebagai hiburan, dokumentasi momen, dan yang mengikuti trend. Bagi orang-orang yang kurang puas dengan kehidupannya, mereka menggunakan Instagram *Reels* sebagai pelarian dari masalah yang ada di kehidupan nyata mereka (Menon, 2022).



*Gambar 2. 1 Tampilan Reels*

## 2. IGTV

Fitur IGTV dibuat agak berbeda dari video Instagram yang biasa dengan durasi satu menit, tampilannya dibuat sesuai dengan pengguna menggunakan telfon genggamnya yaitu layar penuh di posisi vertikal, dan pengguna dapat mengunggah video berdurasi hingga satu jam. Selain aplikasi Youtube, pengguna dapat menemukan video dari kreator konten yang diikuti atau disukai. Bagi generasi Z, IGTV lebih menarik untuk ditonton sebagai hiburan (Olejniczak, 2022).



*Gambar 2. 2 Tampilan IGTV (Instagram Video)*

### 3. Stories

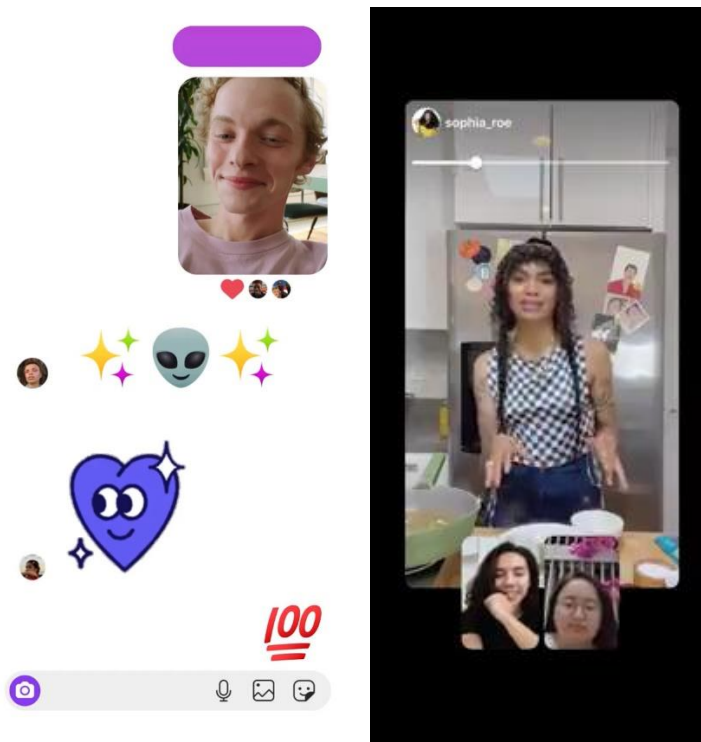
Instagram *Stories* atau sering disebut *Instastory*, merupakan salah satu fitur Instagram yang sering digunakan untuk berbagi momen maupun mengekspresikan diri secara publik dengan mengunggah foto atau video berdurasi maksimal 15 detik. Stories tersebut akan hilang setelah 24 jam. Lebih dari 24 jam, stories dapat disematkan dalam *highlights* yang ada di profil akun pengguna atau dapat dilihat secara pribadi di *archive*. Pengguna biasanya menggunakan fitur *stories highlights* sebagai bentuk untuk menyimpan foto mereka secara digital menjadi sebuah album, bentuk eksistensi dari pengguna, dan perasaan bersyukur ketika melihat momen di masa lalu yang di unggah di *stories* (Aldira, 2020). Foto atau video yang diunggah dapat dihiasi dengan musik, teks, filter, atau stiker interaktif untuk dibagikan dan mendapat umpan balik dari pengikut (*follower*) akun pengguna.



*Gambar 2. 3 Tampilan Instagram Stories*

#### 4. Messenger

Dalam messenger atau direct message (DM), pengguna dapat bertukar pesan, foto, video, bahkan berbagi postingan atau video chat ke sesama teman secara privat. Kini juga terdapat fitur baru yaitu *vanish mode*, dimana chat akan hilang setelah isi chat dibaca oleh penerima pesan. Mode ini dapat digunakan jika pesan yang dikirimkan bersifat sangat personal atau privat.



*Gambar 2. 4 Tampilan isi Direct Message (DM)*

## 5. Feeds

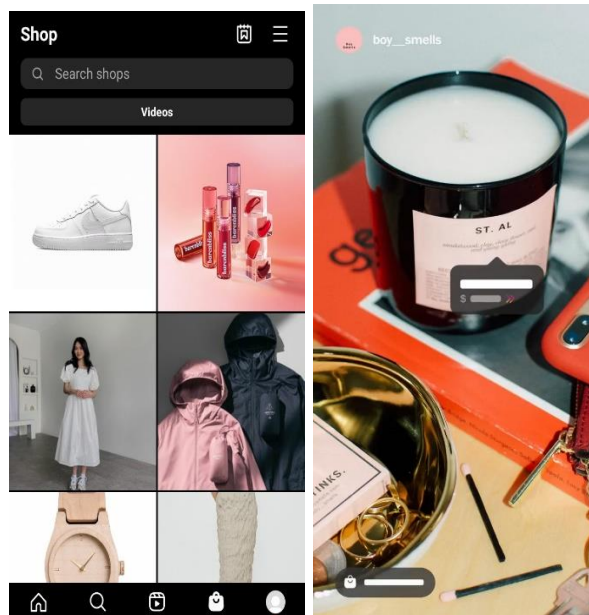
Ketika membuka aplikasi atau website Instagram, akan muncul halaman utama, masyarakat menyebutnya dengan *feeds*, *homepage*, atau *timeline*. Pada halaman utama, akan ada postingan foto maupun video dari akun yang diikuti oleh pengguna. Foto atau video yang diunggah pengguna juga akan muncul di *feeds*. Sebagai media komunikasi visual, *feeds* menampilkan foto, video, beserta interaksi yang mereka lakukan dengan tujuan merepresentasikan diri mereka, mengekspresikan siapa diri mereka (Lee, C.S, et al, 2015). Banyak pula pengguna yang berinteraksi dengan memberikan *likes* dan mengutarakan isi pikirannya di komentar jika kolom komentar dibuka oleh pembuat konten tersebut. Tak jarang ditemukan ekspresi hasrat seksual di kolom komentar, utamanya di akun influencer.



*Gambar 2. 5 Tampilan Homepage Instagram*

## 6. Shopping

Fitur Instagram Shopping merupakan fitur yang dibuat khusus untuk pelaku bisnis. Fitur ini membantu pelaku bisnis dengan memberikan tag harga, label produk, serta detail produk di postingan yang diunggah sehingga konsumen tidak perlu pergi ke website atau menghubungi contact person yang tertera. Namun, di Indonesia fitur *checkout* atau pembayaran masih belum tersedia, sehingga akan diarahkan ke platform pembayaran lain.

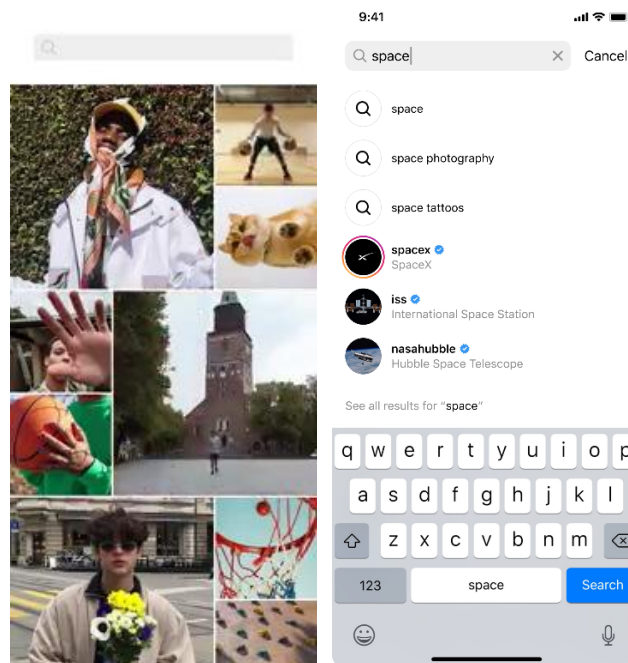


**Gambar 2. 6** Tampilan Shopping

## 7. Search & Explore

Pada halaman explore, pengguna akan menemukan postingan dari pengguna seluruh dunia yang tidak dikenal maupun di-*follow* pengguna. Postingan yang muncul di explore sudah disesuaikan oleh Instagram berdasar dari data yang dilihat dari apa yang pengguna sukai, komentari, serta riwayat pencariannya.

Sementara fitur search, digunakan untuk mencari akun, audio untuk reels, postingan dengan hashtag, atau tempat yang disematkan dalam suatu postingan.



*Gambar 2. 7 Tampilan Search & Explore*

## 2.2 Instagram di Indonesia

Di masa pandemi, penggunaan Instagram meningkat. Dengan munculnya 'New Normal' di Indonesia, Instagram menjadi platform bagi individu untuk tetap berkomunikasi dengan dunia luar, dikarenakan anjuran untuk stayhome dan social distancing. Individu menggunakan Instagram sebagai media komunikasi, media ekspresi, media berbisnis, dan media promosi bagi brand besar hingga UMKM.

Eksistensi Instagram meningkat dibandingkan sebelum masa pandemi, dengan berbagai fitur terbaru yang difasilitasi oleh Instagram. Masyarakat Indonesia berkontribusi dalam perkembangan media sosial Instagram. Sebagai pengguna Instagram terbanyak urutan ke 3 dari seluruh dunia, Instagram mengikuti trend yang ada di masyarakat,

seperti aplikasi Tiktok, kini fitur yang serupa sudah dimunculkan di Instagram dalam bentuk *Reels*.

Motivasi penggunaan Instagram diantaranya adalah untuk ekspresi diri, untuk diperhatikan oleh orang lain, menjadi populer, untuk berbagi informasi personal dengan orang lain, untuk mengekspresikan dirinya yang asli, untuk memberikan status terbaru secara visual bagi teman, dan untuk menyukai foto dan menyimpannya dengan 'bookmark' secara online. (Kocak, et al., 2019)



Berdasarkan data terakhir di tahun 2022, pengguna Instagram di Indonesia menempati peringkat keempat di seluruh dunia dengan jumlah 97,38 juta pengguna. Pengguna didominasi oleh perempuan dengan persentase 52.2% dari jumlah total pengguna Instagram di Indonesia.

Fitur hashtag merupakan komponen spesial dari tiap media sosial yang melibatkan pengguna untuk berpartisipasi dalam suatu topic. Hashtag membantu pengguna untuk mengetahui hal yang sedang ramai dibahas atau sedang trend di kalangan masyarakat. Untuk social engagement, twitter unggul pada fitur semantik tekstual, tweet berdasar semantik teks lebih diminati oleh pengguna Twitter dilihat dari konteks di dalamnya, terlepas dari siapapun penulis status di Twitter tersebut. (Toraman, Cargi, et al., 2022)

Instagram mencoba mengadopsi, merilis fitur serupa yang sedang trend, sehingga tampak seperti aplikasi *all-in-one*. Ditambah baru-baru ini, Instagram membuat fitur baru yaitu pengguna dapat meninggalkan komentar di unggahan pengguna lain menggunakan GIF (*Graphics Interchange Format*), GIF merupakan gambar atau video pendek berdurasi 1-3 detik dan tanpa suara yang akan berputar berulang kali tanpa perlu menekan *play*.

### 2.3 Perempuan di Instagram

Dengan hadirnya media sosial di era ini, menciptakan ruang baru untuk berekspresi bagi masyarakat sesuka hati. Instagram menjadi cara yang terkenal untuk berbagi momen tentang keseharian maupun mengekspresikan diri dengan mengunggah foto, video, maupun berkomentar dari akun milik pribadi masing-masing. Perempuan menggunakan Instagram untuk bersosialisasi dan memberikan opini sedangkan laki-laki menggunakan Instagram untuk mencari informasi dan mengisi waktu luang (Al-Kandari, 2016). Selain untuk bersosialisasi dengan lingkungan sekitar, menurut penelitian yang dilakukan oleh Nicole Baker, Ginette Ferszt, dan Juliana G. Breines (2021), perempuan juga cenderung menghabiskan waktu di Instagram melihat dan mengikuti akun lain seperti akun teman, selebriti, model, atlet, dsb. Mereka juga mengunggah versi foto terbaik dari diri mereka di Instagram sebagai bentuk ekspresi diri, dan menaruh perhatian lebih pada *feedback* yang mereka terima melalui *likes* atau komentar karena beranggapan bahwa angka *likes* berkaitan dengan popularitas dan daya tarik seseorang, semakin tinggi angka *likes* maka semakin populer dan menarik di mata orang lain.

Tak hanya foto, salah satu fokus aplikasi Instagram adalah komentar. Kolom komentar menjadi tempat untuk berinteraksi dan menyuarakan pendapat. Perempuan memanfaatkannya dengan memberi komentar di postingan-postingan yang diminati, sekedar mengutarakan rasa kagum hingga ide maupun opini brilian. Media sosial hadir sebagai ruang

untuk ekspresi diri, memberi ruang bagi siapa pun untuk menyuarakan opini secara publik.

## **2.4 Instagram, Ekspresi Hasrat Seksual, dan Perempuan**

Media sosial merupakan tempat yang luas bagi seseorang untuk berekspresi dan bersuara. Perempuan dalam Instagram dikonstruksikan sebagai individu yang dapat diobjektifikasi, dikomersialkan, menjadi objek dari fetish laki-laki, dan memiliki batasan (Nurrohman & Wirawanda, 2018). Perempuan juga dianggap tabu untuk berbicara tentang isu-isu seksual yang dipandang sebagai wilayah 'wacana laki-laki'. Dapat dikatakan, dunia virtual tak jauh beda dengan dunia nyata yang berkaitan dengan patriarki atas partisipasi perempuan dalam diskusi tentang isu-isu yang dilarang secara budaya (Siddiqi, 2021).

Fenomena 'rahim anget' ini mulai muncul pada tahun 2018. Saat atlet bulu tangkis, Jonatan Christie, melakukan aksi selebrasi dengan melepas bajunya setelah memenangkan pertandingan bulu tangkis melawan Chou Tien Chen dari China pada Asian Games 2018 lalu. Jonatan Christie mengunggah foto aksi selebrasinya itu ke Instagram, yang tentunya mengundang berbagai macam reaksi dari masyarakat. Kolom komentar dari unggahan Jonatan Christie seketika dipenuhi dengan ekspresi serta apresiasi dari masyarakat. Tak terkecuali ekspresi seksual yang dilontarkan oleh kaum perempuan. Ungkapan ekspresi seksual mulai dari, 'basah', 'ovarium meledak', 'beccek', 'rahim anget', hingga 'hamil online' menjadi trend. Di sisi lain, perempuan menggunakan Instagram karena dapat dijadikan sebagai ruang kesetaraan, ruang untuk mengekspresikan hasrat yang positif maupun negatif yang tidak dapat mereka lakukan di dunia nyata. (Rosyidah & Nurwati, 2019).

Trend ini kembali muncul pada tahun 2020 saat seseorang memperkenalkan adanya Pangeran dari Brunei Darussalam, Pangeran Abdul Mateen atau dikenal dengan Prince Mateen melalui media sosial Tiktok. Masyarakat mulai membanjiri kolom komentar di akun Instagram



[REDACTED] Errrrrrrrrrrrrrrr sel telur teriak  
semuaaa minta di lepas [REDACTED] 😊😊🔥🔥🔥



[REDACTED] rahim ku angett mas

95w    Send



[REDACTED] Rahimku bergetar

95w    Send



[REDACTED] Duhhhhhh 💧

80w    1 like    Send



[REDACTED] Ampunnn kesegaran yg hqq  
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]💧💧💧🔥🔥🔥

*Gambar 2. 8 Fenomena ‘rahim anget’ (sumber: twitter.com)*