

BAB II

***HISTORICAL SITUATEDNESS* KAPITALISASI FILM DAN ISU-ISU FEMINIS DI AMERIKA DAN INDONESIA**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai sejarah dan perkembangan film juga bagaimana kapitalisasi industri perfilman. Selain itu, bab ini juga akan menjelaskan bagaimana isu-isu feminis yang ada di Amerika dan Indonesia.

2.1 Kapitalisasi Film di Amerika

Film merupakan salah satu bentuk dari media massa yang digunakan untuk menjangkau khalayak luas. Kehadiran film pertama kali bermula di Amerika dan tidak dapat dipungkiri bahwa negara yang mempelopori film berbasis di Amerika dan yang sampai saat ini dikenal dengan istilah Hollywood. Industri perfilman di Amerika dan Hollywood tidak berhenti sampai disitu saja tetapi terus berlanjut dan berkembang mengikuti perkembangan jaman dan perubahan kebutuhan masyarakat.

Hollywood memiliki 3 periode yang sangat signifikan, yang pertama ada *Classic Hollywood* (1927-1948), *Hollywood in Transition* (1949-1974), dan *New Hollywood* (1975-2009). Seperti pada tahun 1919 merupakan masa perintisan Hollywood, lalu pada tahun 1930 sampai 1945 merupakan masa kejayaan Hollywood. Film merupakan medium untuk berkomunikasi, suatu teknologi dan juga merupakan bentuk dari media massa. Di Amerika sendiri industri film yang paling besar dan berkuasa dipegang oleh Hollywood. Pada mulanya film dan keberadaan Hollywood tercipta karena ada banyak pelopor dalam industri. Studio film yang dibiayai sendiri, dirilis dan didistribusikan oleh United Artists merupakan perusahaan Hollywood yang didirikan Chaplin bersama Douglas Fairbanks, Mary Pickford, dan D. W. Griffith pada tahun 1919.

Hollywood sebagai produsen film dalam perkembangannya di industri ini tidak bisa hanya diam untuk memasarkan filmnya, beberapa perubahan

strategi dilakukan Hollywood untuk terus maju dan bersaing. Jika pada awal tahun orientasi Hollywood adalah untuk memasarkan film yang didasarkan sebagai karya seni maka setelah masa itu Hollywood kemudian merubah orientasinya dari yang tadinya mementingkan orisinalitas karya dari para produser berdasarkan kreatifitas mereka, namun sekarang hanya berfokus untuk memenuhi kebutuhan pasar. Kebutuhan pasar disini memiliki arti mengikuti keinginan dari penonton. Hollywood berusaha untuk memenuhi keinginan para penonton. Komponen utama dari sistem studio Hollywood yang sukses adalah memanfaatkan ambisi orang-orang kreatif yang membuat film dengan tuntutan hiburan yang memuaskan selera penonton (Monaco, 2010, h. 15).

Sebelum Hollywood hadir, Motion Pictures terlebih dahulu hadir dalam masa “*Great Depression*”. Kehadiran Hollywood pada industri film memberikan angin segar kepada masyarakat karena dengan adanya film dari Hollywood suatu realita dan mitos baru yang sudah di standarisasi dibentuk dan diberikan kepada khalayak, inilah yang kemudian membuat masyarakat terhibur dan membuat masyarakat kecanduan ingin lagi dan lagi. Sisi kapitalisme Hollywood hadir karena ada beberapa alasan, pertama karena banyaknya *crew film* dan orang-orang yang terlibat dalam satu pembuatan film. Biaya untuk memberi upah kepada pekerja ini tentu saja banyak maka dari itu Hollywood harus bisa berupaya agar bisa mengupah orang-orang yang bekerja. Cara paling cepat adalah dengan memenuhi permintaan khalayak dan membuat film sesuai dengan pemegang kuasa yang berada pada kedudukan diatas. Film yang gampang dan mudah diterima oleh kebanyakan orang merupakan bentuk dari kapitalisme dalam industri perfilman. Ada standarisasi terhadap cerita yang dihadirkan seperti film-film yang bergenre petualangan, film komedi, film melodrama dan lainnya. Kemudian ada unsur lain yang harus dihadirkan ke dalam film tersebut seperti dalam suatu film dihadirkan kisah romansa dalam film komedi, ataupun menunjukkan kesan erotis pada suatu film petualangan. Banyak film

yang diberikan unsur-unsur cerita dengan genre yang tidak sesuai namun hal itulah yang menjadi bagian dari kapitalisme. Dari unsur-unsur tambahan itulah yang membuat khalayak akan lebih tertarik untuk menonton. Plot cerita pun juga memengaruhi seperti bagaimana akhir dari suatu cerita harus *happy ending*, yang baik menang dan yang jahat harus dihancurkan, dan lainnya. Seakan-akan banyak hal yang tidak memungkinkan untuk terjadi di dunia nyata namun dapat terjadi di dalam film, realita tersebut yang dijual kepada khalayak yang menontonnya. Tetapi Hollywood tidak bisa bertahan hanya dengan strategi seperti itu untuk memenuhi kebutuhannya, ada beberapa strategi yang kemudian dibuat oleh Hollywood.

Hollywood menjadi pusat perfilman terbesar dan menguasai industri film terbesar sampai saat ini. Perkembangan yang diberikan oleh Hollywood sangatlah besar dan berdampak namun hal ini tidak luput dari adanya unsur kapitalisasi. Pengaruh dan kekuatan Hollywood yang sangat besar ini menarik banyak perhatian orang-orang berkuasa untuk juga menaruh kepentingannya. Strategi pertama dari studio-studio besar adalah agar sebuah perusahaan secara simultan mengontrol produksi, distribusi, dan pameran film. Strategi kedua adalah membakukan film yang cukup untuk membantu terus membawa kembali penonton yang dapat diprediksi ke bioskop untuk melihatnya. Tujuan pertama dicapai dengan integrasi vertikal, yang berarti bahwa perusahaan yang sama yang memproduksi dan mendistribusikan film juga memiliki banyak bioskop *first run* di mana mereka ditampilkan (Monaco, 2010, h. 16-17).

Tidak hanya itu, tetapi film yang kemudian diproduksi oleh Hollywood juga berbeda, film-film yang diproduksi bukanlah lagi film yang merupakan suatu karya asli hasil dari kreatifitas seorang produser melainkan fokus sebagai sumber penghasilan dimana isi dari film lebih banyak berorientasi pada kepentingan, kesukaan dan kepuasan publik atau pemilik kepentingan. Kapitalisme Hollywood ditunjukkan dari bagaimana Hollywood mengontrol

para penonton yang ada. Komponen utama dari sistem studio Hollywood yang sukses adalah memanfaatkan ambisi orang-orang kreatif yang membuat film dengan tuntutan hiburan yang memuaskan selera penonton (Monaco, 2010, h. 15). Perubahan jaman juga membuat perubahan dalam strategi Hollywood untuk memasarkan filmnya. Beberapa perubahan hal yang terlihat ada beberapa elemen seperti Hollywood membuat cerita, ide, atau gambar yang mudah dipasarkan, praktik pemesanan saturasi New Hollywood, yang berarti bahwa sebuah film dibuka pada tanggal yang ditentukan, seperti sebuah acara, di ratusan atau ribuan layar di seluruh Amerika Serikat dan Kanada, Promosi pemasaran besar-besaran untuk mempromosikan film kepada pemirsa potensial, dengan fokus pada iklan televisi dan acara bincang-bincang televisi, lalu adanya pengadaan penjualan merchandise atau cinderamata industri sendiri, dengan kontrol atas waralaba (Monaco, 2010, h. 219).

Banyak produser dari Hollywood yang kemudian memisahkan diri dan menjadi *independent*. Salah satu contoh hasil dari karya independent merupakan A24 yang memproduksi film di luar Hollywood dan dengan kualitas film yang berbeda dengan apa yang biasa. Jika Hollywood merupakan tempat memproduksi film maka kehadiran Netflix disini memiliki dua peran yaitu memproduksi filmnya sendiri dan juga sebagai tempat untuk mendistribusikan film Hollywood. Jika dilihat dari pola yang ada maka Netflix sendiri pun juga masih terkena dengan pengaruh kapitalisme. Awalnya Netflix hanya me-*rental* kan *film* yang sudah ada lalu kemudian memproduksi filmnya sendiri yang disebut dengan Netflix Originals. Hasil karya Netflix mengikuti keinginan dari khalayak yaitu menghadirkan keberagaman yang dikemas dalam standarisasi yang sama seperti yang Hollywood buat dengan filmnya. Hal ini tercermin dalam film “Tall Girl”. Film ini dikemas dalam genre *romance-comedy*. Film dengan genre *romance-comedy* dapat lebih mudah untuk diterima khalayak karena ceritanya yang ringan dan memberikan realita tersendiri.

2.1.2 Film Mengenai Isu-Isu Tubuh Perempuan

Studio film memproduksi banyak genre film untuk memenuhi keinginan khalayak terutama film-film dengan cerita ringan yang bisa dengan mudah dimengerti oleh khalayak. Genre film seperti romansa-komedi, dari Indonesia sendiri film yang mengangkat akan isu tubuh perempuan ditunjukkan dari film *Imperfect*. Film *Imperfect* menceritakan bagaimana kesusahan bagi seorang perempuan yang berbadan besar untuk mendapatkan hak yang sama dengan orang lain tanpa dipandang dari fisiknya. Cerita ini menunjukkan bagaimana karakter utama dari film *Imperfect* ini berjuang untuk berubah agar sesuai dengan standar kecantikan yang ada di masyarakat. Selain itu ada banyak film karya Hollywood dan Netflix yang mengangkat isu mengenai tubuh perempuan. Karya Netflix Original yang mengangkat tentang tubuh perempuan ditunjukkan melalui film berjudul *Sierra Burgess Is A Loser*. Film ini menceritakan bagaimana seorang perempuan yang bertubuh besar dan merasa dirinya tidak berpenampilan menarik ini berusaha untuk mendekati seorang pria dengan cara membohonginya dan berpura-pura menjadikan perempuan lain yang cantik sebagai dirinya.

Kemudian film yang berjudul *Isn't It Romantic* yang diperankan oleh Rebel Wilson. Film dengan genre romansa komedi ini juga menceritakan bagaimana perempuan yang bertubuh besar merasa pesimis akan permasalahan hubungan dengan lawan jenisnya. Ia menganggap bahwa tidak mungkin ada pria yang akan menyukai dirinya seperti pada kisah cinta lainnya. Film yang baru saja dirilis oleh Netflix belakangan ini dengan judul *The School for Good and Evil* memiliki 2 karakter perempuan dimana secara fisiknya kedua tokoh ini memiliki banyak perbedaan. Tokoh pertama bertubuh tinggi, berkulit hitam dan berambut keriting sedangkan tokoh perempuan yang lainnya merupakan perempuan bertubuh lebih pendek, berambut pirang dan panjang, berkulit putih. Pada film ini juga dijelaskan bahwa sang tokoh utama perempuan yang bertubuh tinggi ini seringkali merasa tidak cantik, buruk rupa dan tidak pantas menjadi putri.

Beberapa judul diatas merupakan film yang memiliki plot cerita ringan sehingga membuat khalayak menjadi tertarik untuk menontonnya terus menerus. Ada beberapa film yang diangkat berdasarkan isu permasalahan yang diangkat dari kisah asli seperti *Hairspray*, *Little Miss Sunshine*, *Real Women Have Curves*. Kebanyakan dari film ini mengangkat permasalahan yang sama yaitu perempuan yang memiliki tubuh gemuk atau besar. Hal ini menunjukkan bahwa hampir dimanapun perempuan berada baik di Indonesia maupun Amerika masih teropresi dengan adanya mitos feminitas yang menuntut perempuan harus memiliki badan sesuai dengan standar yang ada di masyarakat. Indonesia sendiri masih lekat dengan standar feminitas dimana perempuan harus cantik feminine secara fisiknya sesuai dengan standar yang ada. Bentuk fisik atau tubuh yang ideal adalah langsing dan proporsional, kemudian memiliki perut datar, pinggang berlekuk, payudara yang kencang dan pantat sintal (Sari , 2019, h. 7).

2.1.3 Perkembangan Netflix sebagai Platform TV Streaming Online

Netflix merupakan platform bagi khalayak untuk dapat mengakses film dimanapun dan kapanpun. Netflix pertama kali beroperasi pada tahun 2007 di Amerika baru setelah itu di tahun-tahun kemudian memperluas pelayanannya secara internasional. Netflix merupakan platform yang dapat dibidang televisi dalam bentuk internet. Kehadiran Netflix memang tidak sepenuhnya merubah peran dari tv tradisional namun ada dampak yang diberikan oleh Netflix. Dampak signifikan yang dapat dirasakan oleh khalayak adalah pengguna Netflix atau *platform streaming online* lainnya dapat mengakses layanan yang ada dengan mudah. Kemudahan ini ada karena layanan ini berbasis pada internet. Netflix merupakan *platform* yang selama beroperasi terus berubah melakukan perkembangan, namun pengguna Netflix juga berperan karena menjadi faktor utama perubahan Netflix. Melalui data yang didapat dari seluruh penggunanya secara *global*

membantu Netflix untuk menyesuaikan apa yang diinginkan oleh para pengguna. Netflix mempelajari selera penontionnya dengan cara melacaknya dan juga melihat kebiasaan atau pola menonton dari penggunaanya (Lobato, 2019, h. 14).

Baru ini Netflix mendefinisikan platformnya sebagai sebuah “*global internet TV network*”. Definisi ini berubah-ubah setiap tahunnya dari yang awalnya diperkenalkan sebagai “*the world’s largest online DVD rental service*” pada tahun 2002. Selain itu juga adda yang mendefinisikan Netflix sebagai sebuah monster yang memekan Hollywood.” (Lobato, 2019, h. 21). Wolff mengatakan bahwa Netflix merupakan medium yang bentuknya lebih menyerupai TV karena pada Netflix sistemnya yaitu menyatukan penyewaan DVD kepada digital studio (Lobato, 2019, h. 28). Berbeda dengan Hollywood yang menghasilkan uang dari penjualan film yang ditayangkan, Netflix mendapatkan keuntungan dari banyaknya orang yang berlangganan. Ada 4 jenis langganan yang ditawarkan oleh Netflix yaitu *mobile*, *basic*, *standard* dan *premium* dengan harga dan keuntungan yang berbeda. Pilihan langganan *Mobile* dengan harga Rp 54.000 perbulan, lalu langganan *Basic* dengan harga \$9.99 (Rp 120.000) per bulan, kemudian biaya langganan *Standard* dengan harga \$15.49 (Rp 153.000) per bulan dan langganan *Premium* yang dikenakan biaya yang lebih mahal yaitu \$19.99 (Rp 186.000) per bulan. Ada beberapa keuntungan yang didapatkan jika mengambil paket langganan yang lebih mahal. Dari *subscription* inilah Netflix mendapatkan keuntungan utamanya namun dengan munculnya competitor baru dalam dunia streaming, Netflix juga melakukan strategi lainnya selain mengandalkan penghasilan yang masuk dari langganannya. Cara lain untuk menambah keuntungan yang didapatkan Netflix adalah bekerja sama kemitraan dengan pihak lain untuk membuat cenderamata atau produk kolaborasi dari film karya original Netflix. Kerja sama kemitraan yang dilakukan seperti membuat edisi spesial atau edisi khusus dari karya original Netflix. Seperti yang dikutip dari *business insider*, Ted Sarandos,

Content Chief Netflix mengatakan bahwa yang terpenting dalam dunia *franchise* perfilman ini adalah nilai kekuatan dari suatu *branding* yang diciptakan, dengan berhasilnya *branding* yang dijual maka dapat menarik perhatian banyak orang. Hal ini berhasil dibuat oleh Netflix salah satunya dengan film “Tall Girl” pada tahun 2019, Rodriguez, Ashley. (2019, Okt 17). Netflix climbs 10% on international and earnings growth, despite missing subscriber targets for the second straight quarter. Diambil dari <https://www.businessinsider.com/netflix-discusses-franchises-tall-girl-ahead-of-disney-plus-launch-2019-10> diakses 10 Des. 2022 pada pukul 19:00 WIB). Film karya original Netflix ini bukanlah film yang dibintangi oleh aktor atau aktris Hollywood terkenal sebagai tokoh utamanya. Film yang disutradai oleh sutradara perempuan Nzingha Stewart memilih Ava Michelle sebagai tokoh utamanya. Aktris bernama Ava Michelle sebelumnya belum pernah membintangi film ternama ataupun Hollywood, namun Netflix berhasil melakukan *branding* untuk film Tall Girl ini. Perilisan trailer dari film ini mengundang banyak perhatian dari banyak orang. Perhatian yang didapatkan inilah yang menjadi kunci untuk membantu promosi karya-karya dari Netflix original. Berdasarkan laporan pendapatan Q3 tahun 2019 dari data yang didapatkan Netflix, dikatakan bahwa film “Tall Girl” telah dilihat oleh 41 juta akun kepemilikan dalam 28 hari pertama peluncuran. Film “Tall Girl” masuk ke dalam urutan film yang paling banyak ditonton dari periode oktober 2018 – September 2019 hal ini menunjukkan bahwa film ini ikut andil memberikan keuntungan bagi Netflix. Pada Q3 jumlah kepemilikan akun bersama sebesar 72%. Jika dihitung berdasarkan dari jumlah akun yang berlangganan maka total jumlah penayangan yang dihasilkan mencapai 394 juta penayangan. Jumlah akun yang berlangganan pada Q3 inilah yang memberikan keuntungan kepada Netflix dan pada Q3 tahun 2019 Netflix memiliki 158 juta pelanggan di seluruh dunia Gruenwedel, Erik. (2019, 26 Des). Netflix left \$3.6 billion at the theatrical box office in 2019. Diambil dari

<https://www.mediaplaynews.com/netflix-left-billions-at-the-theatrical-box-office-in-2019/> diakses pada 10 Desember 2022, pukul 20:00 WIB).

2.2 Gelombang Feminis di Amerika

Perjalanan feminisme di Amerika memiliki sejarah yang panjang dan memiliki fokus isu permasalahan yang berbeda-beda setiap periodenya. Terdapat 3 gelombang feminisme yang terjadi di Amerika, gelombang pertama feminisme terjadi pada tahun 1848, kemudian gelombang kedua pada tahun 1966, dan gelombang ketiga pada tahun 1993. Gelombang pertama feminisme di Amerika terjadi pada *Seneca Falls Convention* yang ditulis oleh Elizabeth Cady Stanton. Ia menyatakan dalam *Declaration of Sentiments* yang diperuntukan untuk perempuan berpola setelah deklarasi kemerdekaan, bahwa perempuan dan laki-laki secara alami setara dan mengusulkan strategi politik dimana perempuan dapat memperoleh akses dan kesempatan yang sama di dunia sistem politik dan juga hak dalam memberikan suara politik. Kemudian feminisme gelombang kedua terjadi pada tahun 1966 yang dipelopori oleh Betty Friedan. Awalnya gelombang feminisme kedua ini ada dikarenakan buku Betty Friedan yang dirilis pada tahun 1963 yaitu *The Feminine Mystique*. Buku ini mengambil isu permasalahan mengenai peran gender dalam budaya, diskriminasi pemerintah, peraturan tenaga kerja dan seksisme sehari-hari yang membuat perempuan ditundukan tidak berdaya di ruang lingkup publik juga di dalam rumah. Betty Friedan juga merupakan salah satu pelopor yang mendirikan NOW (National Organization for Women) yang merupakan organisasi liberal perempuan pertama dan masih terbesar sampai saat ini. Lalu gelombang feminisme ketiga tidak secara spesifik memiliki pelopor ataupun tahun yang spesifik untuk dibilang sebagai awal mula suatu pergerakan, namun gelombang feminisme ini muncul di era sekitar tahun 1990. Hadirnya buku Naomi Wolf "*The Beauty Myth*" dan tulisan Rebeca Walter pada tahun 1993 yang menyatakan bahwa ia bukan feminis aliran post-feminis tetapi feminis gelombang ketiga merupakan awal mula gelombang

ketiga ini kemudian semakin banyak. Berbeda dengan feminis sebelumnya yang mengangkat isu masalah secara spesifik, pada gelombang ketiga ini tidak ada yang signifikan ataupun seseorang yang menjadi ketua untuk suatu pergerakan ini seperti pada feminis gelombang sebelumnya. Feminisme gelombang ketiga berbeda dengan feminisme sebelumnya yang berfokus dan menguntungkan wanita berkulit putih. Setelah kemunculan feminisme gelombang ketiga inilah kemudian gerakan feminisme di Amerika menjadi lebih luas cakupannya dan lebih kritis akan isu-isu permasalahan dari perempuan minoritas, juga permasalahan akan isu gender secara umum. Tidak banyak batasan yang diberlakukan pada feminisme jaman sekarang ini, lebih banyak kebebasan dimana para perempuan bisa menyebut dirinya sebagai seorang yang feminis. Selain itu para wanita yang berbeda baik secara ras, agama, orientasi seksual dan lainnya lebih merasa aman. Sama halnya dengan opresi yang dirasakan oleh kebanyakan perempuan. Dalam feminisme sekarang ini di Amerika, berbagai macam hal dapat menjadi seseorang merasa teropresi dan kemudian hal itulah yang diperjuangkan oleh para feminis pada sekarang ini.

2.2.1 Feminisme di Indonesia

Gerakan feminisme di Indonesia tidak terlalu terlihat perkembangannya seperti gelombang gerakan feminisme di Amerika. Namun, bukan berarti di Indonesia tidak ada gerakan feminis yang mengangkat isu-isu permasalahan pada perempuan. Gerakan feminisme di Indonesia bisa dibagi menjadi beberapa periode waktu yang barawal mula dari jaman kolonialisme, pasca kemerdekaan, orde baru, dan reformasi. Pada jaman kolonialisme tahun 1879, yang dipelopori oleh R.A Kartini memperjuangkan hak perempuan terutama dalam ranah pendidikan agar perempuan dapat ikut berpartisipasi dan tidak tunduk tertindas dengan kebudayaan yang ada pada saat itu. Karya buku R.A Kartini yang sangat dikenal adalah Habis Gelap Terbitlah Terang. Lalu pada tahun 1928 masih dalam jaman kolonialisme, diadakan Kongres Perempuan pertama yang bertempat di Yogyakarta. Ada 3 isu utama yang

diangkat dalam kongres tersebut yaitu mengenai pendidikan bagi perempuan, isu perkawinan praktik poligami dan pernikahan anak, dan perlindungan bagi perempuan. Lalu periode pasca kemerdekaan pada tahun 1950 berdirilah sebuah organisasi Gerwani (Gerakan Wanita Indonesia). Gerwani lebih banyak mengangkat isu-isu persoalan ekonomi maka dari itu Gerwani lebih fokus memperjuangkan keadilan sosial, keadilan gender dan emansipasi revolusioner Pratiwi, Andi Misbahul. (2016, Sept 27). Gerakan perempuan dan wacana feminisme di Indonesia. Diambil dari <https://www.jurnalperempuan.org/warta-feminis/gerakan-perempuan-dan-wacana-feminisme-di-indonesia?locale=en> diakses pada 11 Desember 2022, pada pukul 14:00 WIB). Lalu pada periode Orde Baru, gerakan feminisme di Indonesia dapat dikatakan mengalami kemunduran karena adanya pembantaian yang terjadi pada saat G30SPKI dan kemudian adanya pembatasan yang diberikan. Namun, gerakan feminisme dan perempuan di Indonesia mulai dapat bangkit kembali pada masa reformasi. Pada tahun 1998, adanya gerakan komunitas Suara Ibu Peduli yang kemudian menjadi dobrakan bagi perempuan untuk memperjuangkan haknya kembali. Selain adanya Suara Ibu peduli, pada tahun 1998 juga merupakan tahun dimana Komnas Perempuan berdiri Lavenia, Anastasya. (2022, 9 Maret). Melihat perjalanan gerakan feminisme di Indonesia. Diambil dari <https://www.cxomedia.id/general-knowledge/20220308163524-55-174048/melihat-perjalanan-gerakan-feminisme-di-indonesia> diakses pada 11 Desember 200, pada pukul 13:00 WIB).

Melihat pergerakan feminisme di Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa banyak orang terutama perempuan yang terkena dampak feminisme karena pengaruh dari Amerika. Persebaran dan kemudahan penyebaran informasi saat ini melalui media sosial menjadi faktor utama bagi seseorang untuk mengerti akan suatu hal. Seperti hasil riset yang dilakukan oleh tirta.id dengan jumlah responden 1.500, proporsi responden pria sebanyak 55,13% dan proporsi responden perempuan sebanyak 44,87% dengan rentang usia

18-60 tahun, membuktikan bahwa sebagian besar responden mendapatkan informasi atau mendengar tentang feminisme melalui media sosial. Isu yang diangkat oleh Tirto.id masih seputar isu yang diperjuangkan oleh gerakan feminisme pada periode sebelum sekarang ini seperti mengenai kesetaraan upah perempuan dengan pria, perempuan berhak mendapatkan pendidikan tinggi, perempuan layak sebagai pemimpin dan lainnya yang berhubungan dengan sosial-ekonomi. Hasil persentase yang didapat menunjukkan bahwa responden cenderung mendukung isu perempuan dengan persentase rata-rata diatas 50%. Berbeda dengan gerakan feminisme di Amerika yang saat ini lebih kritis dan detail dalam mengangkat isu-isu pada perempuan sehingga lebih banyak dapat mencakup dan menjangkau perempuan dari seluruh kalangan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Tirto.id juga menunjukkan bahwa bagi kebanyakan orang Indonesia yang menjadi responden pada riset ini memiliki pemahaman bahwa feminisme merupakan kesetaraan hak perempuan di peringkat pertama dengan total hasil 58,24% sedangkan pemahaman akan diskriminasi terhadap perempuan atau ketimpangan gender mendapatkan hasil persentase sebanyak 30,32%. Iswara, Made Anthony. (2021, 16 Juni). Survei feminisme : tolak label feminis, tapi mendukung isu perempuan. Diambil dari <https://tirto.id/survei-feminisme-tolak-label-feminis-tapi-mendukung-isu-perempuan-ggLF> diakses pada tanggal 10 Desember 2022, pada pukul 12:00 WIB).