

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Feminisme merupakan sebuah gerakan yang telah ada sejak abad ke-19 di Eropa yang muncul untuk menyuarakan kesetaraan antara laki-laki dan perempuan dalam masyarakat. Namun, feminisme sendiri mulai menjadi sebuah gerakan yang *mainstream* dimulai pada abad ke-20. Pada tahun 1975 di Mexico diadakan World Conference International Year of Women. Kemudian pada tahun 1980 Convention on The Elimination of all Forms of Discrimination Against Women (CEDAW) disahkan pada kegiatan World Conference UN Mid Decaded Women (G. A. Wibowo et al., 2022). Feminis di Indonesia sendiri dimulai oleh sebuah surat mengenai hak-hak perempuan dan kesetaraan gender oleh Raden Ajeng Kartini pada tahun 1912. Pasca kemerdekaan Indonesia, gerakan feminisme di Indonesia terus mengalami perkembangan yang ditunjukkan dengan pembentukan organisasi perempuan seperti Gerakan Wanita Indonesia serta Kongres Perempuan Indonesia (Wibowo, 2022).

Sugihastuti dalam Setyorini (2017) menjelaskan bahwa feminisme merupakan gerakan terorganisir untuk mencapai kesetaraan antara laki-laki dan perempuan pada berbagai bidang mulai dari bidang politik, ekonomi, sosial, pendidikan serta mempertahankan hak-hak dan kepentingan kaum perempuan. Sugihastuti juga lanjut menjelaskan bahwa feminisme merupakan bentuk kesadaran terhadap penindasan yang telah dialami oleh kaum perempuan dalam kehidupan masyarakat, mulai dari di rumah tangga hingga di tempat kerja. Pada intinya, feminisme merupakan sebuah gerakan kaum perempuan dalam berusaha bebas dari belenggu masyarakat yang berstruktur patriarki dan menuntut keadilan akan penindasan yang telah mereka alami.

Feminisme yang muncul sebagai sebuah gerakan untuk menjawab berbagai pertanyaan mengenai kesetaraan gender ternyata masih jauh dari cita-citanya. Berdasarkan Badan Pusat

Statistik Indonesia (2025), data yang dikeluarkan oleh United Nations Developments Programme, Gender Inequality Index (GII) yang dimiliki oleh Indonesia pada tahun 2024 masih berada pada angka 0.421. Walaupun angka ini sudah menunjukkan penurunan dari 2023 yang sebesar 0.447, hal ini masih menunjukkan bahwa kesetaraan gender masih jauh dari kenyataan dan masih menjadi sebuah isu sosial yang nyata. Selain itu, data ini juga memperlihatkan perbedaan-perbedaan seperti pada representasi politik dengan jumlah representasi perempuan masih berjumlah 22.46% dibandingkan dengan laki-laki yang berjumlah 77.54%. Sedangkan pada dunia kerja perbedaannya menjadi lebih kecil dengan jumlah perempuan yang bekerja 56.42% dan laki-laki yang berjumlah 84.66%. Data ini menunjukkan bahwa masalah ketidaksetaraan gender masih ada pada berbagai keadaan terutama pada hal ekonomi dan kekuasaan.

Platform media sosial kini menjadi arena utama bagi generasi muda dalam mengakses informasi dan membentuk persepsi mereka terhadap berbagai isu sosial, tidak terkecuali mengenai isu gender dan feminisme. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diterbitkan oleh Goodstats.id, jumlah pengguna aktif media sosial di seluruh dunia mencapai 5.2 miliar orang yang setara dengan 63% penduduk dunia. Selain itu, data juga menunjukkan bahwa pengguna sosial media pria berjumlah sebanyak 53.5% dari total seluruh pengguna sosial media di dunia dan wanita berjumlah sebanyak 46.5%. Jumlah penggunaan media sosial di Indonesia sendiri berjumlah 139 juta orang atau 49.9% penduduk Indonesia (Zelda, 2025). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat dunia dan setengah dari masyarakat Indonesia menggunakan media sosial. Hal ini berarti bahwa media sosial merupakan ruang publik paling ramai yang bisa digunakan untuk bertukar informasi dan mendorong perubahan dalam masyarakat.

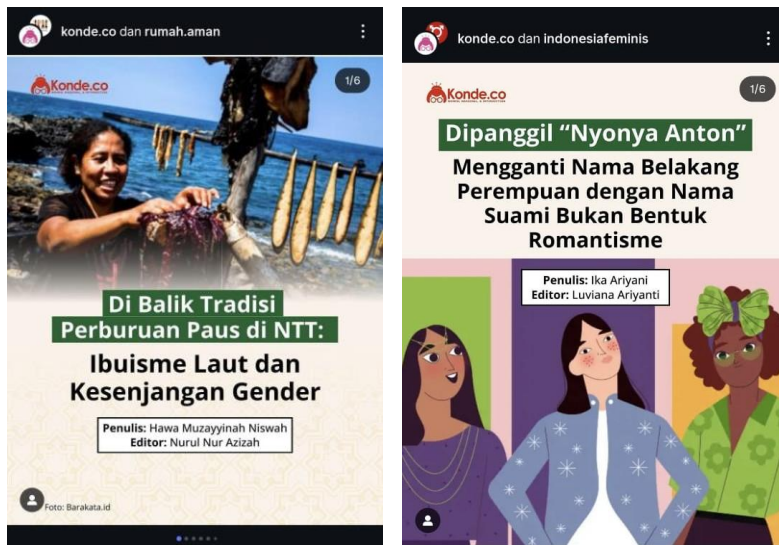
Berdasarkan laporan GoodStats platform Instagram mencatat sekitar 2 miliar pengguna aktif di seluruh dunia (Zelda, 2025). Pada tahun 2025 sendiri, jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai angka 108.05 juta pengguna yang menempatkan Indonesia sebagai

negara ke empat dengan pengguna Instagram terbanyak di seluruh dunia (Yonatan, 2025). Data ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar sebagai kanal distribusi utama bagi konten-konten yang ada, tidak terkecuali konten-konten feminisme di era digital.

Konten menurut Cambridge Dictionary adalah sebuah artikel atau bagian yang ada dalam sebuah majalah atau buku (Mahmudah & Muthia, 2020). Simarmata dalam Mahmudah (2020) mengemukakan bahwa konten merupakan sebuah jenis atau unit dari informasi di ruang digital. Konten-konten ini bisa hadir dalam berbagai bentuk mulai dari teks, foto atau gambar, grafis, video, audio, dokumen, serta artikel-artikel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konten merupakan berbagai jenis penyajian informasi melalui media, terutama media baru yang berbentuk teks, gambar, audio, dan video.

Kehadiran gerakan feminisme di media sosial tercermin dalam berbagai kampanye dan akun aktivisme yang konsisten mengedukasi publik mengenai kesetaraan gender, kekerasan seksual, hingga konstruksi *toxic masculinity* melalui konten-konten yang diunggah di media sosial, salah satunya adalah akun yang dimiliki oleh kelompok Konde.co. Dilansir dari situs resmi Konde.co, Konde.co merupakan sebuah media yang mengedepankan perspektif perempuan dan kelompok minoritas. Kelompok yang sudah hadir sejak 8 Maret 2016 ini bertujuan untuk membentuk ruang publik dari perspektif perempuan dan kelompok minoritas.

Konde.co sendiri memiliki laman sosial media di berbagai platform-platform sosial media yang ada mulai dari Facebook, X, Youtube, Instagram, dan LinkedIn. Laman Instagram mereka merupakan laman sosial media terbesar yang mereka miliki dengan jumlah *follower* atau pengikut sebanyak 23.5 ribu pengguna per september 2025. Mereka juga telah mengunggah sebanyak 4.178 kiriman selama keaktifan mereka di Instagram. Konten-konten yang mereka unggah berbentuk opini dari tokoh-tokoh perempuan-perempuan, berita, serta berbagai foto dan video kegiatan aktivisme mereka.



Gambar 1. 1 Contoh Unggahan Konde.co Mengenai Kesenjaraan Gender

Gambar diatas menunjukkan beberapa unggahan di laman Instagram Konde.co yang mengangkat pesan kesetaraan gender dengan format sebagai infografis. Infografis sering digunakan untuk menjelaskan sebuah fenomena dengan disertai gambar-gambar untuk memudahkan khalayak dalam memahami informasi. Konde.co menggunakan infografis untuk memberikan pengetahuan kepada pengikut mereka mengenai isu-isu kesetaraan gender.

Media sosial yang saat ini seakan-akan telah menjadi “dunia” utama bagi sebagian besar orang seharusnya bisa menjadi sarana bagi kita semua untuk mendorong nilai-nilai yang bisa membantu dalam menciptakan masyarakat yang ideal, salah satunya adalah nilai kesetaraan gender. Namun, faktanya ketidaksetaraan gender masih menjadi sebuah hal yang terus ada dalam masyarakat kita. Masih terdapat ketimpangan antara laki-laki dan perempuan dalam hal ekonomi dan kekuasaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti akan melakukan penelitian kualitatif untuk memahami bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan kesetaraan gender yang telah dikeluarkan oleh Konde.co melalui laman Instagram mereka. Penelitian ini akan berusaha untuk mengungkap bagaimana Konde.co mengemas pesan-pesan kesetaraan gender yang mereka sebar. Selain itu, penelitian ini juga akan berusaha untuk melihat bagaimana

khalayak memaknai pesan-pesan tersebut dengan melihat apakah khalayak setuju atau menolak pesan-pesan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Feminisme yang muncul sebagai sebuah gerakan untuk menjawab berbagai pertanyaan mengenai kesetaraan gender ternyata masih jauh dari cita-citanya. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia, data yang dikeluarkan oleh United Nations Developments Programme, Gender Inequality Index (GII) yang dimiliki oleh Indonesia pada tahun 2024 masih berada pada angka 0.421. Walaupun angka ini sudah menunjukkan penurunan dari 2023 yang sebesar 0.447, hal ini masih menunjukkan bahwa kesetaraan gender masih jauh dari kenyataan dan masih menjadi sebuah isu sosial yang nyata. Selain itu, data ini juga memperlihatkan perbedaan-perbedaan seperti pada representasi politik dengan jumlah representasi perempuan masih berjumlah 22.46% dibandingkan dengan laki-laki yang berjumlah 77.54%. Sedangkan pada dunia kerja perbedaannya menjadi lebih kecil dengan jumlah perempuan yang bekerja 56.42% dan laki-laki yang berjumlah 84.66%. Data ini menunjukkan bahwa masalah ketidaksetaraan gender masih ada pada berbagai keadaan terutama pada hal ekonomi dan kekuasaan.

Kesenjangan antar gender di Indonesia ini dijawab dengan kemunculan Konde.co sebagai media yang mengangkat isu-isu gender terutama kesetaraan gender. Melalui berbagai unggahan sosial media mereka, Konde.co bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan *awareness* terkait berbagai permasalahan gender.

Kesenjangan antara kondisi ideal dengan realita ini mengantarkan kita kepada pertanyaan yang berusaha dijawab dalam penelitian ini yaitu “bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan kesetaraan gender yang disebarkan oleh Konde.co”.

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian adalah untuk memahami bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan kesetaraan gender yang disebar oleh Konde.co.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dengan membantu pengembangan ilmu komunikasi, khususnya untuk membantu memahami bagaimana individu memaknai pesan-pesan yang beredar di sosial media. Dengan menggunakan teori resepsi oleh Stuart Hall, penelitian ini mampu memperkaya pembahasan mengenai bagaimana mahasiswa memaknai pesan-pesan mengenai kesetaraan gender yang disebar oleh Konde.co.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan hasil yang bisa digunakan sebagai dasar dalam mengembangkan rencana kampanye feminisme yang ditujukan kepada mahasiswa melalui sosial media. Dengan memahami bagaimana pesan di maknai oleh individu atau dalam konteks ini mahasiswa, para aktivis feminisme diharapkan bisa menyusun rancangan kampanye yang lebih efektif dan bisa mencegah perpecahan antara pria dan wanita.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi pedoman dalam memahami relasi antar gender serta meningkatkan kesadaran pentingnya kesetaraan gender dalam sebuah masyarakat. Pembahasan masalah ini diharapkan bisa membentuk hubungan yang lebih baik antara pria dan wanita dalam kehidupan masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu menyadarkan masyarakat luas mengenai pentingnya kesetaraan gender.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 State of The Art

Penelitian yang berjudul "Memahami Sosialisasi Kesenjangan Gender Melalui Media Sosial Instagram Girl Up Diponegoro" karya Ririn Triswanti, Sunarto, dan Nurul Hasfi, ini bertujuan untuk memahami proses sosialisasi kesetaraan gender yang dilakukan oleh organisasi non-profit Girl Up Diponegoro melalui media sosial Instagram, dengan menggunakan pendekatan fenomenologi kritis dan teori Standpoint. Melalui wawancara mendalam terhadap pengurus dan followers, penelitian ini mengungkap bahwa Girl Up menyampaikan isu-isu gender yang relevan seperti kekerasan seksual, ketimpangan upah, dan representasi perempuan, dengan strategi konten adaptif seperti feed, reels, podcast, hingga e-book. Para pengurus termotivasi untuk bergabung karena pengalaman pribadi terkait diskriminasi gender dan menunjukkan transformasi positif dalam hal pengetahuan dan kepercayaan diri. Sementara itu, followers merasa konten Girl Up meningkatkan pemahaman mereka terhadap kesetaraan gender dan mendorong perubahan sikap yang lebih kritis terhadap norma-norma patriarkal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang efektif untuk membangun kesadaran gender melalui pengalaman yang situated dan reflektif, serta menunjukkan bahwa aktivisme digital memiliki dampak signifikan dalam pembentukan perspektif sosial generasi muda (Triswanti et al., 2023).

Jurnal "Membangun Komunikasi Berbasis Kesenjangan Gender Melalui Media Online" karya Dita Nurmadewi, ini membahas bagaimana media online dapat dijadikan sebagai sarana membangun komunikasi yang mendukung kesetaraan gender di tengah kuatnya budaya patriarki di Indonesia. Melalui metode studi pustaka dan analisis deskriptif kualitatif, penulis menyoroti bahwa media online seperti Magdalene.co dan Konde.co telah berperan aktif dalam membongkar bias gender serta mengadvokasi hak-

hak perempuan melalui konten-konten yang berpihak pada keadilan gender. Penelitian ini mengidentifikasi tiga strategi utama yang dapat diadopsi media online dalam membangun komunikasi yang setara, yaitu: (1) menyajikan pemberitaan yang tidak mengeksploitasi perempuan sebagai objek; (2) memperkuat literasi digital untuk melawan narasi diskriminatif; dan (3) memberikan ruang serta kebebasan bagi perempuan untuk menyuarakan isu-isu ketidakadilan gender. Kesimpulan dari jurnal ini menekankan bahwa komunikasi berbasis kesetaraan gender di media online berpotensi besar mendorong transformasi sosial, membentuk opini publik yang lebih inklusif, serta mempercepat terwujudnya keadilan gender di era digital (Nurmadewi, 2025).

Penelitian "Resistensi Pemberitaan Komunitas Konde Media Perempuan Indonesia tentang Isu-Isu Gender di Media Sosial" karya Muhammad Rayhan Hanif, Pingkan Dwi Lestari, dan Sri Yuniat, ini mengkaji bentuk resistensi terhadap pemberitaan isu-isu gender oleh komunitas Konde Media Perempuan Indonesia di media sosial, khususnya dalam konteks serangan siber yang terjadi setelah Konde mengangkat kasus kekerasan seksual di lingkungan Kementerian Koperasi dan UKM. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan konsep cyberfeminisme, penulis mengungkap bahwa resistensi tersebut, yang berupa serangan DDoS terhadap situs Konde, mencerminkan masih kuatnya budaya patriarki dalam ruang digital. Serangan ini menjadi bentuk penolakan terhadap narasi keadilan gender yang dibawa oleh Konde, sekaligus membuktikan bahwa asumsi cyberfeminisme yang memandang media baru sebagai ruang netral dan ramah bagi perempuan belum sepenuhnya terealisasi. Studi ini menekankan bahwa meskipun media baru memberi ruang bagi perempuan untuk bersuara, namun ruang tersebut tetap dibayang-bayangi oleh struktur kekuasaan lama yang bersifat maskulin dan patriarkis (Hanif et al., 2024).

Jurnal “Media Massa dan Aktivitas Perjuangan Gender” oleh Erwan Baharudin dan Ernawati, ini membahas peran strategis media massa dalam memperjuangkan kesetaraan gender di Indonesia, terutama dalam mengangkat dan menyebarluaskan isu-isu perempuan yang selama ini termarginalisasi dalam masyarakat patriarkal. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan tinjauan historis, penulis menyoroti bagaimana media massa, yang sebelumnya memperkuat stereotip gender, kini juga berpotensi menjadi alat perjuangan perempuan dalam menuntut hak dan kesetaraan. Penelitian ini mengulas berbagai dinamika konstruksi sosial terhadap gender, pengaruh kebijakan Orde Baru terhadap peran domestik perempuan, hingga transformasi gerakan feminisme yang berkembang di era digital. Media diidentifikasi sebagai arena strategis untuk mengubah posisi perempuan dari objek menjadi subjek politik melalui wacana-wacana kritis yang mendorong kesetaraan relasi kuasa. Penulis juga menegaskan pentingnya pengarusutamaan gender melalui media sebagai strategi pembangunan yang inklusif, sejalan dengan amanat Inpres No. 9 Tahun 2000 dan semangat UUD 1945 (Baharudin & Ernawati, 2024).

Jurnal “*Examining Digital Activism through Sentiments for Feminism Issues on Instagram (Case Study @perempuanberkisah)*” oleh Lasmery Girsang dan Tesalonika Hasugian menelaah bagaimana media sosial, khususnya Instagram, digunakan sebagai arena advokasi isu feminisme digital di Indonesia. Dengan menggunakan studi kasus akun @perempuanberkisah, penelitian ini menganalisis komentar netizen terhadap tiga unggahan tentang kasus *sextortion* pada tahun 2023 melalui pendekatan analisis sentimen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas komentar bersifat netral, dengan sebagian komentar positif yang menunjukkan dukungan serta sebagian kecil komentar negatif yang merefleksikan resistensi publik. Temuan ini memperlihatkan bahwa meskipun media sosial mampu berfungsi sebagai ruang aman untuk

meningkatkan kesadaran terhadap kekerasan seksual berbasis gender online, keterlibatan publik masih terbatas dan cenderung berhati-hati. Penulis menekankan pentingnya strategi narasi yang tepat agar media advokasi digital tidak hanya menjadi wadah refleksi, tetapi juga mampu menggerakkan dukungan nyata bagi korban serta mendorong transformasi sosial menuju relasi gender yang lebih setara. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam literatur feminisme digital, terutama dengan menggarisbawahi dinamika interaksi antara konten advokasi dan respon publik di ruang daring yang masih sering ambigu antara dukungan, netralitas, dan resistensi (Girsang & Hasugian, 2025).

Penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan mengenai feminisme di media sosial kebanyakan masih dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang membahas mengenai strategi kampanye, narasi advokasi, ataupun bentuk perlawanan publik terhadap feminisme. Selain itu, belum ada juga penelitian yang secara spesifik berusaha untuk menjelaskan bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan feminisme yang beredar di sosial media. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode resepsi oleh Stuart Hall yang bertujuan untuk mempelajari bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan kesetaraan gender yang disebar oleh Konde.co.

1.5.2 Paradigma

Paradigma penelitian yang akan digunakan pada penelitian “Pemaknaan Khalayak Terhadap Pesan-Pesan Feminisme di Akun Instagram Konde.co” akan menggunakan paradigma kritis. Paradigma kritis adalah sebuah paradigma penelitian yang beranggapan bahwa realitas atau kenyataan yang ada di dalam masyarakat adalah konsep yang diciptakan oleh manusia dengan memanfaatkan kekuatan serta kekuasaan historis yang memunculkan masalah-masalah sosial seperti dominasi, marginalisasi, dan kritik pada sebuah kelompok (Creswell & Poth, 2017). Paradigma ini memandang bahwa realitas

atau kenyataan adalah sesuatu yang diciptakan manusia sehingga terdapat kemungkinan untuk mengubah realitas tersebut dengan memperkenalkan konsep-konsep baru mengenai realitas. Penelitian-penelitian yang menggunakan paradigma kritis ini harus mampu memahami dasar kehidupan masyarakat dan hubungan sosial dalam masyarakat.

Penelitian ini akan menggunakan paradigma kritis untuk mengungkapkan dominasi pihak penguasa atau dalam konteks penelitian ini kelompok laki-laki terhadap pihak perempuan serta memahami bagaimana pesan-pesan kesetaraan gender yang disebarkan oleh Konde.co menentang pihak yang dominan ini.

1.5.3 Teori Feminisme

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk komunikasi public yang terstruktur dan melembaga, di mana pesan-pesan yang diproduksi secara profesional kemudian akan disebarkan dengan menggunakan media atau perantara seperti koran, televisi, radio, film, dan internet serta media sosial (McQuail, 2010). Komunikasi massa memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat yaitu sebagai alat Kontrol sosial, sumber informasi, sosialisasi nilai, pembentuk opini public, dan hiburan (Dominick, 2013). Dengan memanfaatkan pesan-pesan yang mereka produksi dan sebar, media berperan penting dalam menyebarkan nilai-nilai ke dalam masyarakat dan membentuk opini public mengenai berbagai isu yang ada. Keadaan ini menyebabkan media menjadi sebuah entitas yang tidak netral dan menjadikannya sebagai sebuah arena ideologis untuk menyebarkan dan memaknai berbagai pesan dan nilai sosial.

Seiring perkembangan teknologi digital, sifat komunikasi massa yang awalnya satu arah berubah menjadi dua arah dan lebih partisipatif. Khalayak yang awalnya bersifat sebagai penerima pesan yang pasif berubah menjadi penerima aktif yang ikut serta dalam memberikan *feedback*, reinterpretasi, dan produksi makna terhadap pesan-pesan yang disebarkan oleh media (Jenkins, 2006).

Feminisme secara umum adalah gerakan sosial, politik, serta intelektual yang memiliki tujuan untuk menghilangkan kesenjangan dan ketidakadilan berbasis gender. Gerakan feminisme muncul dari pandangan bahwa perempuan selalu diposisikan pada posisi yang subordinat terhadap laki-laki dalam hirarki sosial yang bersifat patriarki, serta keadaan tersebut muncul bukan karena biologis, akan tetapi karena hasil konstruksi sosial dan budaya. Hooks (2020) menjelaskan bahwa feminisme merupakan sebuah gerakan untuk mengakhiri seksime, eksploitasi seksual, dan penindasan berbasis gender, yang tidak hanya bertujuan untuk membebaskan perempuan, namun juga membebaskan laki-laki yang tertindas oleh sistem yang ada. Pengertian ini menunjukkan bahwa feminisme adalah sebuah usaha emansipatori yang berusaha untuk menciptakan sistem sosial yang adil dan setara bagi laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan pandangan feminisme, media tidak dipandang sebagai sebuah sumber informasi yang bersifat netral, namun sebagai sebuah sarana dimana ideologi dan makna mengenai gender selalu dikonstruksi dan dinegosiasikan. Pernyataan ini sejalan dengan penjelasan Liesbet Van Zoonen, yang menjelaskan bahwa media memiliki peranan penting dalam memproduksi ulang ideologi-ideologi patriarki dengan merepresentasikan perempuan sebagai sebuah objek yang pasif, sensual, serta subordinat kepada laki-laki. Van Zoonen juga menjelaskan mengenai pentingnya untuk memahami khalayak, terutama kelompok perempuan yang merupakan subjek yang secara aktif menegosiasikan makna atau bahkan menentang representasi yang patriarkal (Van Zoonen, 1996).

Littlejohn dan Foss dalam bukunya *Theories of Human Communication* (2017), memandang komunikasi sebagai ruang perjuangan simbolik di mana makna tentang gender dinegosiasikan dan ditentang. Dalam ruang ini, feminisme berfungsi sebagai kerangka analitis sekaligus praksis transformatif yang berupaya menciptakan model

komunikasi yang lebih terbuka, setara, dan lebih bisa menggambarkan keberagaman pengalaman gender. Feminisme dalam komunikasi juga berusaha untuk mendekonstruksi bahasa serta symbol yang memperkuat ketidaksetaraan gender, contohnya representasi perempuan dalam media yang memperkuat *stereotype*. Gill (2021) menjelaskan bahwa media adalah sarana yang berperan untuk menyebarkan ideologi gender. Dengan memanfaatkan analisis kritis mengenai representasi dan wacana, feminisme dalam komunikasi berusaha untuk menciptakan narasi yang lebih adil dan setara.

1.5.4 *Encoding dan Decoding*

Konsep *encoding* dan *decoding* merupakan sebuah konsep yang diperkenalkan oleh Stuart Hall. Hall memandang bahwa khalayak dalam proses komunikasi tidak berperan sebagai penerima pesan yang pasif. Hall menjelaskan bahwa proses komunikasi adalah proses kompleks yang melibatkan dua tahapan yaitu *encoding* dan *decoding*. *Encoding* merupakan tahapan menciptakan pesan yang diciptakan dengan memanfaatkan ideologi, nilai sosial, serta representasi tertentu yang menggambarkan posisi pembuat pesan dalam hirarki kekuasaan (Hall, 1980). Keadaan ini menunjukkan bahwa tidak ada pesan media yang bersifat netral karena setiap pesan akan mencerminkan ideologi atau nilai-nilai pembuat pesan.

Decoding merupakan tahapan dimana khalayak menerima pesan yang disampaikan dan memaknai pesan-pesan tersebut dengan berdasarkan pengalaman pribadi, latar belakang budaya, kelas, gender, serta nilai-nilai sosial yang mereka percayai. Hall menjelaskan juga bahwa makna tidak dikirim secara langsung oleh pembuat pesan kepada penerima pesan, akan tetapi di produksi ulang oleh penerima melalui tahapan pemaknaan aktif yang mereka lakukan (Hall, 1980). Dengan kata lain, khalayak memiliki kemampuan untuk memaknai pesan dengan berbagai cara yaitu setuju, menegosiasikan makna, atau bahkan menentang makna yang disampaikan oleh pesan.

Hall juga menguraikan posisi-posisi yang bisa ditempati oleh khalayak dalam sebuah proses komunikasi (Hall, 1980).

1. *Dominant-Hegemonic Reading*

Pada posisi pertama, khalayak memahami pesan dan setuju dengan makna yang telah diharapkan oleh pembuat pesan tanpa adanya resistensi. Dalam konteks penelitian ini, khalayak yang dimiliki oleh konde.co akan memaknai pesan yang disampaikan oleh Konde.co sebagai pesan positif yang menyoroti kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, sejalan dengan apa yang diharapkan oleh Konde.co.

2. *Negotiated Reading*

Posisi kedua menunjukkan bahwa khalayak tidak sepenuhnya menerima ataupun menolak pesan yang disampaikan. Dalam hal ini khalayak akan memaknai pesan dengan menggunakan beberapa pertimbangan seperti nilai sosial, budaya, agama, serta nilai pribadi mereka. Dengan kata lain mereka akan menyetujui sebagian makna yang ada pada pesan dan menolak sebagian lainnya. Dalam konteks penelitian ini, khalayak yang dimiliki oleh Konde.co mungkin akan setuju dengan pemahaman bahwa perempuan memiliki hak yang sama dengan laki-laki dalam hal Pendidikan dan karier, akan tetapi tidak setuju dengan pemahaman kesetaraan total karena dianggap bertentangan dengan ajaran agama yang ia percayai.

3. *Oppositional Reading*

Posisi ketiga menggambarkan khalayak yang menolak sepenuhnya makna yang ada pada pesan yang telah disampaikan. Khalayak dalam posisi ini memaknai pesan berdasarkan posisi yang bersebrangan dengan makna yang diharapkan pembuat pesan. Dalam konteks ini, khalayak tidak setuju dengan apa yang

disampaikan oleh Konde.co karena hal-hal tertentu seperti memandang bahwa feminisme adalah ideologi barat yang tidak kompatibel dengan masyarakat timur seperti Indonesia.

1.5.5 Feminisme Interseksional

Feminisme interseksional merupakan sebuah cabang feminisme yang diperkenalkan oleh Kimberly Crenshaw sebagai bentuk kritik terhadap feminisme *mainstream* dikarenakan feminisme *mainstream* dianggap kurang bisa menyoroti permasalahan gender yang dihadapi oleh kelompok perempuan kulit berwarna dan hanya berfokus pada permasalahan perempuan kulit putih. Kimberly Crenshaw (1991) menjelaskan konsep *intersectionality* untuk memahami kerentanan ganda dalam struktur sosial. Feminisme interseksional berpendapat bahwa terdapat faktor lain yang mempengaruhi ketidakadilan yang dialami oleh kaum perempuan selain gender dan seksualitas mereka. Faktor-faktor lain disini adalah hal-hal seperti ras, kelas sosial, agama, budaya, seksualitas, dan sebagainya. Faktor-faktor ini saling bersinggungan yang menyebabkan adanya perbedaan ketidakadilan yang dialami oleh kaum perempuan, misalnya ketidakadilan yang dialami oleh kaum perempuan kulit putih berbeda dengan ketidakadilan yang dialami oleh kaum perempuan kulit berwarna (Brunig et al., 2024).

Konsep feminisme interseksional akan membantu untuk menjelaskan posisi ideologi Konde.co dalam penelitian kali ini. Mengutip dari laman pribadi mereka, Konde.co adalah media yang mengedepankan perspektif perempuan dan kelompok-kelompok minoritas lainnya. Hal ini sejalan dengan pengertian feminisme interseksional yang mengatakan bahwa permasalahan yang dialami perempuan dalam masyarakat beririsan dengan factor-faktor lain seperti ras, agama, budaya, seksualitas, dan kelas sosial.

1.5.6 Ksetaraan Gender

Kesetaraan gender (gender equality) merujuk pada kesetaraan hak, tanggungjawab, dan kesempatan bagi laki-laki dan perempuan. Kesetaraan dalam hal ini tidak sama dengan kesamaan, melainkan hak, tanggungjawab, dan kesempatan yang dimiliki laki-laki dan perempuan tidak akan bergantung pada jenis kelamin mereka (UN Women, 2020).

Konsep kesetaraan gender merupakan sebuah konsep yang lahir dari teori yang mengatkan bahwa gender adalah hasil dari konstruksi sosial, yang menekankan bahwa perbedaan yang ada antara laki-laki dan perempuan dalam masyarakat tidak sepenuhnya dibentuk oleh perbedaan biologis mereka, akan tetapi dibentuk oleh nilai-nilai, norma, dan budaya yang ada (Butler, 1990). Hal ini menyebabkan kesetaraan gender tidak hanya dicapai dengan melakukan pemberian hak yang sama secara hokum, namun juga dilakukan dengan melakukan perubahan terhadap sistem sosial dan budaya yang menyebabkannya terjadi (Connell, 2014).

Kesetaraan gender dalam pandangan feminisme interseksional berarti bahwa permasalahan yang dialami kelompok perempuan tidak bersifat universal, namun permasalahan yang mereka alami sangat dipengaruhi oleh latar belakang seperti kelas, ras, agama, seksualitas, dan budaya yang saling beririsan yang menghasilkan permasalahan yang berbeda bagi setiap perempuan (Crenshaw, 1991). Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa untuk mencapai kesetaraan gender, sistem sosial dan budaya yang menyebabkan ketimpangan tersebut muncul harus diubah menjadi sesuatu yang bisa menghasilkan masyarakat yang setara.

Konde.co yang merupakan sebuah media dengan perspektif interseksional yang hadir untuk mengangkat berbagai isu kesetaraan gender di Indonesia. Melalui berbagai

unggahan pada laman Instagram mereka, Konde.co secara aktif menyebarkan pesan-pesan kesetaraan gender kepada pengikutnya.

1.6 Asumsi Penelitian

Pesan-pesan kesetaraan gender yang disebarkan oleh Konde.co tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi semata, tapi juga sebagai sarana narasi ideologis yang berusaha untuk menentang struktur patriarki yang telah mandarah daging dalam masyarakat. Konde.co menggambarkan perempuan sebagai subjek yang aktif atau memiliki agensi dalam memilih makna dan posisi mereka dalam kehidupan sosial dan tidak hanya bersifat sebagai objek pemberitaan semata. Namun, makna-makna yang dibentuk oleh Konde.co tidak mudah untuk diterima begitu saja oleh khalayak, masing-masing individu memaknai pesan berdasarkan pengalaman pribadi, nilai-nilai sosial, serta ideologi yang mereka anut.

Mahasiswa sebagai khalayak yang aktif memiliki peran untuk membentuk kembali makna feminisme yang sesuai dengan realitas dan pengalaman pribadi mereka dalam lingkungan patriarki yang masih mendominasi. Penelitian ini berangkat dari keyakinan bahwa pemaknaan terhadap pesan-pesan feminisme tidak hanya menggambarkan bagaimana khalayak memandang kesetaraan gender, akan tetapi juga menggambarkan sejauh mana ideologi patriarki yang dominan masih mempengaruhi cara mereka memandang realitas

Penelitian ini berasumsi bahwa *preferred reading* yang dimiliki oleh Konde.co adalah pengikut Instagram Konde.co setuju secara sepenuhnya terhadap pesan-pesan kesetaraan gender yang disebarkan oleh Konde.co.

1.7 Operasionalisasi Konsep

Feminisme interseksional berpendapat bahwa terdapat faktor lain yang mempengaruhi ketidakadilan yang dialami oleh kaum perempuan selain gender dan seksualitas mereka. Faktor-faktor lain disini adalah hal-hal seperti ras, kelas sosial, agama, budaya, seksualitas, dan

sebagainya. Faktor-faktor ini saling bersinggungan yang menyebabkan adanya perbedaan ketidakadilan yang dialami oleh kaum perempuan.

Kesetaraan gender dalam pandangan feminisme interseksional berarti bahwa permasalahan yang dialami kelompok perempuan tidak bersifat universal, namun permasalahan yang mereka alami sangat dipengaruhi oleh latar belakang seperti kelas, ras, agama, seksualitas, dan budaya yang saling beririsan yang menghasilkan permasalahan yang berbeda bagi setiap perempuan

Operasionalisasi pada penelitian ini akan menggunakan konsep posisi-posisi yang ditempati khalayak menurut Stuart Hall yaitu *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*.

1. *Dominant-Hegemonic Reading*

Pada posisi pertama, khalayak memahami pesan dan setuju dengan makna yang telah diharapkan oleh pembuat pesan tanpa adanya resistensi. Dalam konteks penelitian ini, khalayak yang dimiliki oleh konde.co akan memaknai pesan yang disampaikan oleh Konde.co sebagai pesan positif yang menyoroti kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, sejalan dengan apa yang diharapkan oleh Konde.co.

2. *Negotiated Reading*

Posisi kedua menunjukkan bahwa khalayak tidak sepenuhnya menerima ataupun menolak pesan yang disampaikan. Dalam hal ini khalayak akan memaknai pesan dengan menggunakan beberapa pertimbangan seperti nilai sosial, budaya, agama, serta nilai pribadi mereka. Dengan kata lain mereka akan menyetujui sebagian makna yang ada pada pesan dan menolak sebagian lainnya. Dalam konteks penelitian ini, khalayak yang dimiliki oleh Konde.co mungkin akan setuju dengan pemahaman bahwa perempuan memiliki hak yang sama dengan laki-laki dalam hal Pendidikan dan karier, akan tetapi

tidak setuju dengan pemahaman kesetaraan total karena dianggap bertentangan dengan ajaran agama yang ia percayai.

3. *Oppositional Reading*

Posisi ketiga menggambarkan khalayak yang menolak sepenuhnya makna yang ada pesan yang telah disampaikan. Khalayak dalam posisi ini memaknai pesan berdasarkan posisi yang berseberangan dengan makna yang diharapkan pembuat pesan. Dalam konteks ini, khalayak tidak setuju dengan apa yang disampaikan oleh Konde.co karena hal-hal tertentu seperti memandang bahwa feminisme adalah ideologi barat yang tidak kompatibel dengan masyarakat timur seperti Indonesia.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe dan Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha untuk memaknai dunia dengan memahami fenomena atau realitas dengan berdasarkan pada data-data yang didapatkan dengan cara observasi lapangan, wawancara, ataupun sumber-sumber lain (Creswell & Poth, 2017). Peneliti akan memfokuskan diri pada bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan kesetaraan gender yang disebar oleh Konde.co.

Penelitian ini akan menggunakan analisis resepsi oleh Stuart Hall dengan menguraikan bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan feminisme. Analisis resepsi merupakan sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami bagaimana khalayak memaknai pesan, kenapa mereka memaknainya demikian, dan konteks sosial dan ideologis apa yang mempengaruhi proses pemaknaan tersebut (Livingstone, 2015). Analisis resepsi akan mengungkap bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan kesetaraan gender yang di sebar oleh Konde.co kedalam posisi-posisi khalayak menurut Stuart Hall yaitu *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan

oppositional reading (Hall, 1980). Melalui pendekatan ini, peneliti akan berusaha untuk memahami bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan kesetaraan gender yang disebarkan oleh Konde.co dan apa yang mempengaruhi mereka dalam proses pemaknaan tersebut.

1.8.2 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Diponegoro yang mengikuti akun Instagram Konde.co. Pemilihan subjek penelitian akan dilakukan secara *purposive* atau bertujuan dengan berdasarkan beberapa kriteria tertentu, yaitu merupakan mahasiswa Universitas Diponegoro, mengikuti akun Instagram Konde.co, dan bersedia di wawancara secara mendalam mengenai topik yang diteliti yang dalam penelitian ini adalah pesan kesetaraan gender dalam Konde.co.

1.8.3 Situs Penelitian

Penelitian akan dilakukan dilingkungan Universitas Diponegoro, Kota Semarang, Jawa Tengah.

1.8.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data ini bersumber dari dua hal yaitu data yang diperoleh dari analisis terhadap teks unggahan di Instagram Konde.co dan data yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan narasumber penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari referensi buku, jurnal, artikel, berita, unggahan sosial media Konde.co, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini akan dilakukan melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan narasumber untuk memperoleh penjelasan mengenai pemaknaan pesan yang berhubungan tujuan dari penelitian ini. Wawancara

akan dilakukan dengan sistem tanya jawab antara narasumber dengan pewawancara secara langsung atau tatap muka. Kegiatan wawancara ini akan dibantu dengan menggunakan *interview guide* yang akan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data.

1.8.6 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini akan terbagi menjadi dua yaitu pertama, proses analisis terhadap unggahan Konde.co yang mengandung pesan-pesan kesetaraan gender. Kedua, proses analisis terhadap hasil interview dengan informan mengenai pemaknaan mereka terhadap pesan-pesan kesetaraan gender.

Analisis terhadap unggahan Konde.co akan dilakukan dengan teknik analisis semiotika dari Roland Barthes untuk mencari tahu mengenai *preferred reading* yang ada pada unggahan-unggahan Konde.co mengenai kesetaraan gender. Barthes menjelaskan bahwa analisis makna terdiri dari tiga tingkatan yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Analisis semiotika pada penelitian ini akan dilakukan dengan prosedur sebagai berikut:

1. Identifikasi denotasi dan konotasi

Langkah pertama dalam proses analisis ini adalah dengan mengidentifikasi makna denotatif atau makna literal atau tersirat yang dimiliki sebuah tanda dalam teks. Makna denotatif adalah makna yang tersirat yang bisa dengan mudah ditemukan dengan menggunakan definisi yang ada pada kamus. Selanjutnya adalah mengidentifikasi makna konotatif, yaitu makna yang dipengaruhi oleh konteks social, budaya, ataupun pengalaman pribadi. Konotasi dalam hal merujuk pada bagaimana sebuah tanda mampu memberikan makna emosional atau ideologi yang lebih dalam.

2. Analisis makna atau konsep

Peneliti selanjutnya akan mengidentifikasi bahwa teks yang dianalisis memiliki beberapa kode yang menyusun makna dari teks tersebut. Kode ini akan disusun berdasarkan pemikiran Barthes mengenai system makna (Lustyantie, 2012).

- a. Kode hermeneutic (teka-teki): berkaitan dengan misteri atau pertanyaan yang muncul dalam teks yang menyebabkan pembaca merasa tertarik untuk membaca.
- b. Kode Semantik: berkaitan dengan kata-kata atau kalimat yang mengandung makna konotatif.
- c. Kode Simbolik: berkaitan dengan repetisi terhadap berbagai symbol yang muncul secara konsisten dalam sebuah teks. Kode ini digunakan untuk menyusun makna dengan menggunakan kontras dan hubungan antar symbol, seperti hidup-mati, baik-jahat, dan sebagainya.
- d. Kode proaretik (tindakan): berkaitan dengan rangkaian tindakan dan akibat yang ditimbulkan. Kode ini bertujuan untuk mengarahkan pembaca kearah tertentu.
- e. Kode gnomik (budaya): berkaitan dengan berbagai pengetahuan umum, nilai social, budaya, norma, dan sebagainya yang telah menjadi hal yang familiar di mata masyarakat.

3. Mempertimbangkan konteks social dan budaya

Barthes menegaskan bahwa penting untuk memahami mitos yang ada dalam teks, atau dalam hal ini adalah unggahan Konde.co. Barthes mengatakan bahwa mitos adalah berbagai nilai-nilai atau ideologi yang telah berkembang dan diterima secara luas oleh masyarakat tersebut.

Analisis selanjutnya adalah analisis terhadap data empiric berupa hasil interview dengan informan yang akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis menurut Miles dan Huberman. Miles dan Huberman menjelaskan bahwa terdapat beberapa tahapan analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013).

a. Pengumpulan Data

Tahapan pertama dilakukan dengan mengumpulkan data dari unggahan pada laman Instagram Konde.co. Selain itu, data juga didapatkan dari melakukan interview dengan informan yang ada.

b. Reduksi Data

Tahapan kedua adalah menyoroti kata atau kalimat yang didapatkan dari data mentah dan kemudian mengelompokkan kata atau kalimat tersebut kedalam kategori-kategori yang berhubungan dengan topik penelitian yang dalam penelitian ini adalah kesetaraan gender.

c. Penyajian Data

Pada tahapan ini, data-data yang telah dikelompokkan sebelumnya akan disajikan kedalam bentuk sederhana yang dapat dengan mudah dipahami. Tahapan ini bertujuan untuk membantu peneliti menemukan pola, hubungan antar kategori, dan kecenderungan posisi makna yang terlihat dari data.

d. Penarikan Kesimpulan

Tahapan terakhir adalah menarik kesimpulan dari pola-pola yang terlihat pada data untuk menghasilkan temuan yang bisa menunjukkan posisi khalayak dalam memaknai sebuah pesan. Posisi khalayak akan disusun berdasarkan posisi khalayak Stuart Hall yaitu *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading* (Hall, 1980).

1.8.7 Kualitas Data

Kualitas data adalah salah satu aspek penting dari sebuah penelitian. Penelitian kualitatif yang menggunakan paradigma kritis ini akan mendapatkan kualitas data berdasarkan pada *historical situatedness* yang memperhatikan konteks sejarah pada kasus-kasus sosial, budaya, politik, ekonomi, etnis, dan gender. Hal ini dikarenakan penelitian dengan paradigma kritis mengamati sebuah realitas yang “semu” yang dibentuk oleh proses sejarah, kekuasaan sosial, budaya, ekonomi dan politik (Denzin, 2009). Penelitian ini akan mengamati bagaimana khalayak memaknai pesan-pesan kesetaraan gender yang disebar oleh Konde.co.

1.8.8 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu pertama, cakupan informan yang terbatas karena informan yang dilibatkan dalam penelitian kali ini hanya merupakan mahasiswa Universitas Diponegoro. Kedua, objek kajian yang hanya Konde.co menyebabkan adanya keterbatasan dalam pemaknaan pesan dikarenakan masih ada banyak media feminis lain yang dikonsumsi oleh mahasiswa atau informan. Ketiga, dikarenakan data yang bersifat interpretative, kemunculan bias subjektif dari peneliti tidak bisa dihindari. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini tidak bisa dipahami sebagai gambaran menyeluruh, akan tetapi sebagai gambaran kontekstual.