

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Media sosial merupakan suatu media online, yang membuat penggunanya dapat berbagi dan berpartisipasi menciptakan dan terhubung dengan orang lain yang juga menjadi pengguna, munculnya media baru di masyarakat disebabkan oleh perkembangan dunia modern yang semakin pesat, mengubah ruang lingkup kemungkinan sosio-teknis yang mempengaruhi komunikasi public. Salah satu media sosial yang berpengaruh sangat besar dalam membentuk pendapat masyarakat adalah Instagram. Kehadiran berbagai media sosial terutama media Instagram mengakibatkan presentasi diri berkembang dengan pesat. Dalam menunjukkan diri dihadapan khalayak luas, Instagram sebagai salah satu media sosial memberikan sarana, maka dapat mempengaruhi perilaku presentasi diri.

Instagram telah membuat masyarakat berkompetisi untuk menunjukkan hidup yang lebih baik, pekerjaan yang bergengsi, barang-barang mahal, mobil mewah. Selain hal-hal material, penampilan adalah highlight dari unggahan di Instagram dan hal itu menyebabkan standar kecantikan bagi wanita semakin penting. Tekanan sosial yang membuat para wanita merasa harus mencapai standar kecantikan agar tidak menerima judgement dari masyarakat. Masyarakat Indonesia sangat beragam dan penampilan individu sangat berbeda dari 1 daerah ke daerah lainnya, maka mustahil untuk mengikuti standar kecantikan karena setiap orang dilahirkan dengan bentuk

fisik yang berbeda-beda. Istilah *insecure* jadi lebih sering terdengar dan kaum wanita menjadi lebih mudah merasa kurang atau tidak percaya diri, karena adanya standar yang diterapkan oleh masyarakat Indonesia khususnya dalam media sosial *Instagram*. Terjadi diskriminasi berdasarkan penampilan dan hal itu merupakan bentuk ketidakadilan. Gerakan feminis muncul karena adanya banyak ketidakadilan yang diterima kaum perempuan.

Dengan adanya media sosial, gerakan feminis semakin terbuka lebar dan para pendukungnya semakin banyak. Instagram @indonesiafeminis adalah akun yang menyuarakan, mempromosikan dan mengutamakan keberagaman seksual dan gender serta kesadaran kelas dan mengenai hak-hak perempuan. Akun ini sering membagikan gambar-gambar perempuan yang berbeda-beda warna kulit dan bentuk tubuh untuk mendobrak stigma masyarakat yang menilai bahwa cantik adalah berkulit putih dan bertubuh ramping. Tidak hanya menyuarakan perempuan cantik tidak harus putih akun Instagram @indonesiafeminis juga menyuarakan kesetaraan antara laki-laki dan perempuan.

Peran dan fungsi perempuan dalam perspektif agama selalu menarik dikaji. Pemahaman terhadap teks agama yang tekstualis sedikit banyak menempatkan perempuan sebagai *second class* dibawa laki-laki. Hal inilah yang menuntut adanya kesetaraan *gender*. Tuntutan kesetaraan gender ini akibat konstruk relasi sosial antara laki-laki dan perempuan, yang pada akhirnya menimbulkan ketidakseimbangan. Jika laki-laki mempunyai hak untuk bekerja dan mengembangkan potensi diri, maka bagi perempuan juga memiliki hak yang sama. Perempuan tidak hanya ditempatkan

sebagai *kanca wingking* saja. Pola pikir yang menempatkan perempuan setelah menikah harus menurut kepada suami tidak sepenuhnya salah. Konsep *sami'na> wa atho'na>* dalam rumah tangga bukan berarti memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada suami untuk menguasai isteri tanpa memberikan hak-hak yang dimiliki oleh isteri. Karena jika pembagian kerja yang berdasarkan jenis kelamin dengan menempatkan suami sebagai pencari nafkah dan isteri hanya sebagai ibu rumah tangga akan menimbulkan subordinasi terhadap perempuan.

Determinasi laki-laki inilah yang membuat konsep patriarki semakin kuat, sehingga diperlukan kesetaraan gender yang bertujuan untuk penyetaraan hak laki-laki dan perempuan. Feminisme sendiri merupakan sebuah hal yang menarik untuk diperbincangkan. Feminisme merupakan gerakan perempuan yang menuntut persamaan hak sepenuhnya antara kaum perempuan dan laki-laki dalam lingkup sosial, politik, dan ekonomi. Feminisme hadir karena adanya budaya patriarki yang melanggeng. Patriarki merupakan sistem di mana laki-laki mendominasi perempuan dalam pemegangan peran-peran ekonomi, sosial, dan politik. Feminisme sendiri telah melalui perkembangan dalam sejarahnya. Secara umum, feminisme terbagi ke dalam beberapa gelombang yang mana masing-masing gelombang tersebut memiliki isu utama bawaannya sendiri tetapi semakin ke sini, lingkup isunya semakin meluas. Satu hal yang secara konsisten disampaikan oleh feminisme adalah satu konsep yang disebut dengan peran gender (*gender roles*).

Berkembangnya gerakan feminisme di media sosial menjadi salah satu alasan penulis tertarik untuk menelitinya. Penulis mengangkat topik feminisme hanya

sebagai sebuah topik yang ingin dikaji melalui teks dan gambar. Penulis melihat bahwa di media sosial saat ini banyak konten literasi feminisme yang dibuat dan disebarluaskan. Salah satu akun yang gencar mengunggah konten literasi feminisme dan menjadi wadah perdiskusian feminisme di media sosial adalah akun @indonesiafeminis. Melalui konten literasi feminisme yang diunggah dalam akun tersebut, penulis ingin melihat bagaimana para milenial memaknai konten-konten yang diunggah oleh @indonesiafeminis. Literasi sendiri merupakan sebuah kemampuan memahami kode yang digunakan, pesan yang diproduksi, penafsiran, serta dampak dari pesan tersebut. Sementara konteks literasi dalam feminisme merupakan sebuah upaya untuk memberikan pengetahuan atau informasi yang berkaitan dengan isu-isu perempuan. Literasi dalam konteks ini adalah kemampuan seseorang untuk menyampaikan dan menerima pesan wacana tentang perempuan tanpa diskriminasi apapun.

Media mampu membuat konten yang diusungnya menjadi asupan masyarakat luas. Kecanggihan era digital ini mendorong banyak sekali isu-isu sosial maupun isu-isu lainnya dapat tersebar luas dan dengan cepat dikonsumsi oleh penggunanya. Media sosial saat ini menduduki posisi yang sangat diagung-agungkan oleh masyarakat dibanding media *mainstream*. Bahkan, menurut masyarakat, media sosial mampu melebihi media *mainstream*. Artinya, segala informasi yang pengguna butuhkan tersedia di internet dan dapat dengan mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Dunia menjadi seperti yang digambarkan oleh Marshall McLuhan dalam *Understanding Media* (1964) sebagai kampung dunia (*global village*), di mana

masyarakat melakukan interaksi dengan sesamanya tidak ada batas atau sekat. Terkovergensinya media membuat semuanya menjadi semakin mudah dan terintegrasi dengan baik. Hal ini disebut sebagai *information super highway era* yaitu ketika teknologi mampu menghilangkan batas fisik yang sifatnya tradisional dan lalu lintas komunikasi untuk penyebaran informasi.

Hadirnya akun @indonesiafeminis di media sosial Instagram menjadi wadah baru bagi ruang publik virtual, khususnya bagi para feminis. Namun, karena sifatnya yang virtual, maka konten yang ada di akun @indonesiafeminis menjadi konsumsi bagi semua pengguna media sosial Instagram tanpa terkecuali. Hebatnya peran media sosial yang dapat menyebarkan isu dengan cepat membuat isu-isu banyak digaungkan melalui media sosial. Saat ini, isu feminisme banyak disebarakan melalui media sosial Instagram. Akun-akun yang sengaja dibuat untuk membahas dan menyebarkan isu feminisme banyak di-*follow* oleh para pengguna media sosial Instagram. Berdasarkan observasi penulis, akun-akun berbasis feminisme tersebut diantaranya adalah @indonesiafeminis @perempuanbergerak, @lawanpatriarki, dan banyak lainnya. Dari akun-akun tersebut, akun @indonesiafeminis merupakan akun yang memiliki *followers* terbanyak yakni 114ribu, dan setiap hari intens memposting konten baik di *insta story* maupun di *feeds* Instagram. Dan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS ISI AKUN INSTAGRAM @INDONESIAFEMINIS TERKAIT FEMINIS”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana isi pesan feminis pada postingan akun Instagram @IndonesiaFeminis.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu “Untuk mendeskripsikan bagaimana isi dari postingan Instagram pada akun @IndonesiaFeminis.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa di lingkungan FISIP UISU, khususnya Prodi Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Sumatera Utara

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Teori Komunikasi Shanon Dan Weaver**

Teori komunikasi yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver. Dalam kaitannya dengan makna dari pesan yang diciptakan dan diterima, dia mengemukakan bahwa dalam proses komunikasi „makna“ diubah menjadi pesan yang lalu diubah lagi oleh transmitter menjadi informasi, dan kemudian disampaikan melalui suatu saluran (misalnya media massa). Informasi diterima

sebagai pesan, lalu diubah menjadi „makna“.Jika terdapat korespondensi (kesamaan/hubungan) antara kedua “makna” tersebut, maka hasilnya adalah komunikasi.

Teori ini membahas tentang masalah dalam mengirim pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Teori ini mengandalkan sebuah sumber daya informasi (source information) dan mengirimnya dengan suatu saluran (channel) kepada penerima (receiver) yang kemudian membuat ulang (recreate) pesan tersebut. Dengan kata lain, teori ini mengasumsikan bahwa sumber daya informasi menciptakan pesan dari seperangkat pesan yang tersedia. Pemancar (transmitter) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang dipakai. Saluran adalah media yang mengirim tanda dari pemancar kepada penerima. Didalam percakapan, sumber informasi adalah otak, pemancar adalah suara yang menciptakan tanda yang dipancarkan oleh udara. Penerima adalah mekanisme pendengaran yang kemudian merekonstruksi pesan dari tanda itu. Tujuannya adalah otak si penerima.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> 10 Richard West, Lynn H Turner, Pengantar Teori Komunikasi (Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2014), 49 11 Jalaludin Rahmat, Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 6 12 Alo Liliweri, Komunikasi Serba Ada Serba Makna, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 108

## **F. Kerangka konsep**

Konsep adalah istilah yang megapresiasikan sebuah ide abstrak yang dibentuk dengan men-generalisasikan objek atau hubungan fakta-fakta yang diperoleh dari pengamatan, mengartikan konsep sebagai generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu yang dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama.

Teori adalah serangkaian bagian atau variabel, definisi dan dalil yang saling berhubungan yang menghadirkan sebuah pandangan sistematis mengenai fenomena dengan menentukan hubungan antar variabel, dengan maksud menjelaskan fenomena alamiah. Labovitz dan Hagedorn mendefinisikan teori sebagai ide pemikiran “pemikiran teoritis” yang mereka definisikan sebagai “menentukan” bagaimana dan mengapa variabel-variabel dan pernyataan hubungan dapat saling berhubungan.

Sedangkan menurut Kerlinger, teori adalah himpunan konstruk atau konsep, definisi, dan proporsi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut.

Pelaksanaan penelitian membutuhkan kerangka teori sebagai pedoman dasar berfikir dan berfungsi untuk mendukung analisa variabel - variabel yang diteliti. Menurut Nawawi, teori dalam penelitian yang paling luas, seperti konsep, penjelasan, dan ilmu-ilmu dari beberapa aspek pengalaman manusia.

Teori yang dibangun oleh para ahli untuk menunjukkan apa yang dipandang penting dalam suatu proses keberlangsungan suatu fenomena ataupun realitas. Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, seorang peneliti perlu menyusun



kerangka teori sebagai landasan untuk menggaan dari segi mana peneliti menyorot masalah yang telah dipilihnya.

## **G. Metodologi penelitian**

### **1. Metode penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi secara mendalam bersifat **post facto** menunjukkan bahwa Perubahan variabel bebas itu telah terjadi dan peneliti dihadapkan kepada masalah bagaimana menetapkan sebab dari akibat yang sedang diamati. Penelitian **ex-post facto** meneliti hubungan sebab-akibat yang tidak dimanipulasi atau tidak diberi perlakuan oleh peneliti.

Jenis data pada penelitian ini adalah berupa data primer yang terdiri dari pesan-pesan akun instagram yang terdiri dari pesan-pesan akun instagram (berita dan foto), memberikan penilaian dan mengisi dalam lembar penilaian yang telah disediakan. Adapun sumber data sekunder yang sifatnya melengkapi data berupa jurnal-jurnal ilmiah, buku-buku, internet, dan sumber data lainnya yang dapat dijadikan sebagai data pelengkap.

Hasil analisis isi dapat dideskripsikan dalam bentuk tabulasi yang disajikan dalam bentuk tabel yang kemudian dilanjutkan dengan analisis konteks.

## **2. Informasi penelitian**

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Menurut Biklen “Kegunaan informan bagi peneliti ialah agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang terjaring, jadi sebagai sampling internal, karena informan dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran, atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subjek lainnya.” Teknik penentuan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah sampel diambil atau ditentukan dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil atau ditentukan sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki dan dapat memberikan informasi yang diperlukan untuk kepentingan penelitiannya.

## **3. Lokasi dan waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan secara virtual (online) dengan melakukan pengamatan pada isi postingan Instagram @indonesiafeminis.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2022 sampai dengan selesai. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini berlangsung selama kurang lebih satu bulan. Hal ini disebabkan oleh adanya keperluan dan hal-hal yang harus dipersiapkan oleh peneliti dalam rangka penelitian ke lapangan. Hal ini bertujuan agar peneliti mendapatkan data dan hasil yang maksimal dalam melakukan penelitian.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Studi Pustaka**

###### **a. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka yaitu, mencari sumber dari literatur atau referensi lain yang relevan untuk memperoleh konsep atau teori yang diperlukan. Studi pustaka merupakan satu cara mendapatkan sumber dengan cara menemukan sumber tepat dari suatu spesialis tertentu. Dalam melengkapi data yang mendukung dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dan mencari informasi dari buku-buku, jurnal, dan skripsi yang relevan dengan penelitian yang peneliti teliti. Selain itu untuk mendukung penelitian ini, peneliti juga menggunakan artikel dari website yang isinya berhubungan dengan penelitian ini.

###### **b. Internet Searching**

Untuk menghasilkan data yang lebih maksimal, peneliti juga memanfaatkan dunia maya (*internet*) dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian ini. Untuk memperoleh data secara online ini dilakukan dengan cara browsing atau mengunduh data yang diperlukan dari internet melalui website tertentu.

## 5. Teknik Analisis Data

### 1. Abstraksi

Abstraksi yang dimaksud adalah membuat ringkasan inti, proses, dan persyaratanyang berasal dari responden tetap dijaga. Dari rangkuman yang dibuat ini kemudian peneliti melakukan reduksi data yang kegiatannya mencakup unsur-unsur spesifik termasuk.

- proses pemilihan data atas dasar tingkat relevansi dan kaitannya dengan setiap kelompok data,
- menyusun data dalam satuan-satuan sejenis. Pengelompokkan data dalam satuan yang sejenis ini juga dapat diekuivalenkan sebagai kegiatan kategorisasi/variable,
- membuat koding data sesuai dengan kisi-kisi kerja penelitian. Kegiatan lain yang masih termasuk dalam mereduksi data yaitu kegiatan memfokuskan, menyederhanakan dan mentransfer dari data kasar ke catatan lapangan.

### 2. Penyajian Data

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif setelah mereduksi data adalah penyajian data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan dan

bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan.

### 3. Analisis

Analisis yang digunakan adalah model analisis isi, yang berarti bahwa prosedur yang menggunakan untuk mengumpulkan dan mengatur informasi dalam format standar yang memungkinkan analisis membuat kesimpulan tentang karakteristik dan makna materi tertulis dan rekaman. Analisis isi menurut Holsti (1968:601) merupakan sembarang teknik penelitian yang ditujukan untuk membuat kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik tertentu pada pesan-pesan secara sistematis dan objektif. Menurut Lasswell 1946, analisis isi adalah sebuah model komunikasi.stimulus-respons yang tak diragukan lagi berorientasi behavioris yang mengemukakan bahwa hubungan antara pengirim, stimulus dan penerima bersifat simetris. Isi atau muatan dipandang sebagai hasil proses komunikasi yang distrukturkan sesuai dengan rumus klasik Lasswell: "Siapa berkata tentang apa, pada saluran mana, kepada siapa, dan dengan efek yang bagaimana".

Menurut arten (1983:45) pembahasan analisis isi yang lebih jauh memiliki karakteristik-karakteristik berikut ini: struktur dan selektivitas proses-proses komunikasi, perkembangan indikator yang dapat dideteksi dan teknik analisis yang punya banyak variasi , kemajuan

sistem notasi melalui inklusi domain non-verbal dan kemajuan dalam analisis data melalui paket analisis teks elektronik. "Perdebatan panjang dan melelahkan dengan para linguis, yang stok pengetahuan mengenai analisis teks dan klarifikasi teks yang mereka miliki telah sepenuhnya diabaikan oleh analisis isi, secara perlahan akan terjadi juga. Pada dasarnya, istilah analisis isi hanya mengacu pada metode-metode yang memusatkan perhatian pada aspek-aspek isi teks yang bisa diperhitungkan dengan jelas dan langsung dan sebagai sebuah perumusan bagi frekuensi relatif dan absolut kata per teks atau unit permukaan.

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian dibagi dalam 5 bab dan beberapa bab yang saling berkaitan. Ditulis secara sistematis agar dapat memberikan pemahaman yang mudah dimengerti, pembahasannya sebagai berikut :

1. **BAB I PENDAHULUAN** : Berisikan pendahuluan yang menguraikan tentang Latar Belakang masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan, dan Manfaat Penelitian dan, Sistematika Penulisan.
2. **BAB II URAIAN TEORITIS** : Berisikan uraian Teoritis yang menguraikan konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian.
3. **BAB III DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN**: Membahas dan menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian.
4. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** : Berisikan analisis data yang menguraikan pengujian data, pembahasan atau analisis data.
5. **BAB V PENUTUP** : Berisikan kesimpulan dan saran.
6. **DAFTAR PUSTAKA** : Berisikan tentang atau kutipan penulisan dalam menyusun penelitian.

## BAB II

### URAIAN TEORITIS

#### A. Komunikasi

##### 1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Hal yang senada diungkapkan oleh Hafied Cangara, komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.

Secara terminologi, para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya: Danil Vardiasnyah mengungkapkan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan para ahli<sup>2</sup>.

1. Jenis & Kelly menyebutkan “Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”.

---

<sup>2</sup>Dani Vardiasnyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. II (Jakarta: PT Indeks, 2008) h. 25-26.



2. Berelson & Stainer “Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain”
3. Gode “Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih”
4. Brandlun “Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego

## 2. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Susanto menyatakan bahwa ada lima konteks komunikasi, yaitu: komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*), komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*) dan komunikasi massa (*mass communication*).

Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Komunikasi ini umumnya membahas proses pemahaman.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Vardiansyah, *Filsafat Ilmu*, h. 25-26.

<sup>5</sup>Ujang Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama* Cet. I, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007) h. 2.

Effendi, *Kepemimpinan dan Komunikasi*, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996) h. 59

### 3. Unsur-unsur Komunikasi

- Komunikator

Dalam proses komunikasi komunikator berperan penting karena mengerti atau tidaknya lawan bicara tergantung cara penyampaian komunikator. “Komunikator berfungsi sebagai encoder, yakni sebagai orang yang memformulasikan pesan yang kemudian menyampaikan kepada orang lain, orang yang menerima pesan ini adalah komunikan yang berfungsi sebagai decoder, yakni menerjemahkan lambang-lambang pesan konteks pengertian sendiri.

Persamaan makna dalam proses komunikasi sangat bergantung pada komunikator, maka dari itu terdapat syarat-syarat yang diperlukan oleh komunikator, diantaranya:

1. Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikannya.
2. Kemampuan berkomunikasi.
3. Mempunyai pengetahuan yang luas.
4. Sikap.
5. Memiliki daya tarik, dalam arti memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap atau perubahan pengetahuan pada diri komunikan

- Pesan

Adapun yang dimaksud pesan dalam proses komunikasi adalah suatu informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. “pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan verbal dapat secara tertulis seperti: surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan secara lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio, dan sebagainya. Pesan non verbal dapat berupa isyarat, gerakan badan dan ekspresi muka dan nada suara. Ada beberapa bentuk pesan, diantaranya:

1. Informatif, yakni memberikan keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri.
2. Persuasif, yakni dengan bujukan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan rupa pendapat atau sikap sehingga ada perubahan, namun perubahan ini adalah kehendak sendiri.
3. Koersif, yakni menggunakan sanksi-sanksi. Bentuknya terkenal dengan agitasi, yakni dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin diantara sesamanya dan pada kalangan publicKetiga bentuk pesan ini sering kali kita temukan dalam kehidupan sehari-hari, misalnya seorang guru dalam kegiatan mengajar menggunakan komunikasi informatif, selain itu jika murid tidak mengetahui peraturan menggunakan komunikasi koersif

- Media

Media yaitu sarana atau alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan atau sarana yang digunakan untuk memberikan *feedback* dari komunikan kepada komunikator. “media sendiri merupakan bentuk jamak dari kata medium, yang artinya perantara, penyampai, atau penyalur.

- Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau Negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran.

Komunikasi yang efektif harus ditunjang dari komunikator dan komunikan. Komunikan harus mampu mendengarkan dan memahami

pesan yang disampaikan. Begitu pula sebaliknya komunikator harus mampu menyampaikan pesan yang baik.<sup>4</sup>

- Efek

Pengaruh atau efek adalah perbedaan apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah penerima pesan “pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu pengaruh juga bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan. VDampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yaitu:

1. Dampak kognitif, adalah yang ditimbulkan pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya.
2. Dampak efektif, lebih tinggi kadarnya dari pada dampak komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.
3. Dampak behavioral (konatif), yang paling tinggi kadarnya, yakni tampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

---

<sup>6</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)  
Onong Uchajana Effendy, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005) h. 128

<sup>7</sup>Ngalmun, *Op.Cit*, h. 89

## **B. Media Komunikasi**

### **1. Media baru**

Perubahan zaman membuat banyak perkembangan. Salah satunya yaitu dengan munculnya *new media*, hal ini merupakan salah satu bentuk dari perkembangan dalam dunia komunikasi. *New media* adalah media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun publik (Mondry, 2008). Definisi lain mengemukakan, *new media* merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman mengikuti perkembangan zaman menyangkut teknologi dan sains, dari semula yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas (Napitulu, 2011).

Perbedaan media baru dan media lama adalah media baru sudah tidak lagi menggunakan media yang dicetak dan lebih menggunakan model penyiaran yang memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak dan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dari modernitas, menyediakan kontak global secara instan dan memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan (Poster, 1999, dalam McQuail, 2011).

Kemunculan *new media* berdampak sangat besar dalam dunia komunikasi. Adanya internet dapat membuat manusia terkoneksi tanpa terbatas

wilayah dan waktu, sehingga dapat berinteraksi dengan khalayak luas dan dapat mengakses informasi apapun yang tersedia kapanpun. Ditambah lagi dengan munculnya *smartphone* yang membuat manusia semakin mudah dalam mengakses informasi dengan bantuan jaringan internet.

Marshall McLuhan mengkonseptualisasikan "*global village*" yang dimaknai sebagai sebuah proses homogenisasi jagat sebagai akibat dari kesuksesan sistem komunikasi secara keseluruhan. Saat ini, betapa mudahnya orang melakukan komunikasi jarak jauh, tidak hanya antarkota melainkan antarnegara yang lokasinya sangat berjauhan.

Selain untuk berkomunikasi, manusia dapat memanfaatkan media baru ini sebagai hiburan dan tempat untuk mengekspresikan diri. Hal itu dapat kita temukan di media sosial. Contohnya adalah adanya akun yang postingannya berisi tentang hiburan di salah satu *platform* media baru yaitu *instagram*. Sehingga dengan memanfaatkan media baru, orang yang membutuhkan hiburan dapat mengaksesnya dengan mudah tanpa harus mengeluarkan biaya yang cukup banyak.

## **2. Media Sosial dan Jenis-Jenisnya**

Media sosial adalah salah satu dampak yang muncul akibat semakin berkembangnya dunia baru saat ini. Media sosial merupakan media internet yang memungkinkan pengguna dapat mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan dunia lain dan

membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016). Jadi manusia dapat saling terkoneksi di internet dan membuat sebuah komunitas sosial di dunia maya dan menciptakan medianya untuk lebih memudahkan lagi dalam berinteraksi satu sama lain.

Berkembangnya media sosial ini tentunya berbanding lurus dengan berkembangnya teknologi komunikasi. Era *smartphone* menjadi tonggak majunya media sosial. Hal ini dikarenakan semenjak kemunculannya, mulai banyak media sosial yang bermunculan sehingga mempermudah proses komunikasi.

Dalam bukunya, Dr. Rulli Nasrullah (2016) menyimpulkan bahwa media sosial dibagi menjadi beberapa bagian yakni :

1. Media Jejaring Sosial (*social networking*) :

Media jejaring sosial adalah medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual

2. Jurnal Online (blog)

*Blog* adalah media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi. Berbagi tautan web lain, informasi dan sebagainya.

3. Jurnal *Online* Sederhana atau Mikroblog (*microblogging*)



Tidak jauh berbeda dengan blog, *microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas atau pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *twitter* yang hanya menyediakan atau maksimal 140 karakter.

4. Media Berbagi (*media sharing*)

Situs *media sharing* ini merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*) video, audio, gambar dan sebagainya.

5. Penanda Sosial (*social bookmarking*)

Sosial bookmarking adalah media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*.

6. Media Konten Bersama (*wiki*)

Media sosial ini adalah situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para pengguna. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, *wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku.

### C. Instagram

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna instagram pada

setiap tahunnya. Terhitung pada April 2017 lalu, Instagram mengumumkan bahwa pengguna aktif bulannya telah mencapai kisaran 800 juta akun dan angka tersebut lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya (Yusuf, 2017).

Berbeda dengan media sosial lainnya, Instagram menitik beratkan kepada postingan foto dan video dari para penggunanya. Keunikan yang membuat Instagram satu ini berbeda dengan media sosial pada umumnya. Apalagi, Instagram seringkali memperbaharui sistemnya. Sejak kemunculannya pada tahun 2010 silam, Instagram sering memperbarui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik. Berikut adalah fitur-fitur yang ada di Instagram pada saat ini:

### **1. Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*)**

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, demikian pula sebaliknya dengan memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Untuk menemukan teman-teman di Instagram, dapat juga menggunakan link yang dihubungkan dengan akun media sosial lainnya, seperti Facebook dan Twitter

### **2. Mengunggah Foto/Video dengan *Caption* (*Posting*)**

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya. Di

Instagram, pengguna hanya dapat berbagi maksimal 10 file foto atau video dalam sekali unggahan. Untuk video sendiri, video hanya dapat diunggah dengan batas waktu maksimal 1 menit. Sebelum mengunggah foto atau video, para pengguna juga dapat memasukkan judul atau keterangan mengenai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada di pikiran para pengguna. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

a. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan. Penggunaan kamera melalui instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan foto yang dikehendaki oleh sang pengguna.

b. Efek (*Filter*)

Pada versi awalnya, Instagram memiliki efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Di dalam pengaplikasian efek, pengguna juga dapat sekaligus menyunting foto seperti mengatur kecerahan, kontras, warna.

c. Arroba

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna yang lainnya., dengan menambahkan arroba (@) dan memasukkan nama

akun Instagram dari pengguna lainnya tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam keterangan foto, melainkan juga pada komentar foto. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna yang lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

d. Label foto (Hashtag)

Sebuah label di dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci. Dengan demikian para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan nama sendiri, tempat dimana mengambil foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti lomba, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas instagram. Foto yang telah diunggah, dapat dimasukkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto.

e. Geotagging

Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna mengaktifkan GPS mereka. Dengan demikian instagram dapat

mendeteksi lokasi dimana para pengguna Instagram tersebut berada. Dengan geotagging para pengguna dapat terdeteksi dimana mereka telah mengambil foto tersebut atau dimana foto tersebut telah diunggah.

f. Jejaringan sosial

Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter dengan cara menghubungkan link akun Instagram dengan akun media sosial lainnya.

g. Tanda suka

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang dimana fungsinya sama seperti apa yang ada di Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain.

h. Instastory

Instastory merupakan singkatan dari Instagram *stories*. Instastory ini adalah salah satu fitur instagram yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam setelahnya. Di dalam fitur Instastory juga terdapat efek-efek yang dapat menghibur para penggunanya.

i. Arsip

Foto Fitur ini berfungsi sebagai media pribadi atau seperti album pribadi. Jadi, penngguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa dilihat oleh pengguna tersebut.

j. Closefriend

Pada fitur ini, pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa diakses oleh penngguna lain yang telah dipilih sebagai “*CloseFriend*”.

k. Siaran langsung

Fitur ini memungkinkan pengguna dalam sebuah akun untuk melakukan siaran video secara langsung tanpa terbatas waktu yang akan dinikmati oleh pengikutnya

l. IG TV

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah video lebih dari 1 menit, namun tidak tersimpan dalam Feed profil unggahan. Berdasarkan fitur-fitur di atas, Instagram juga dapat dijadikan sebagai pengganti dari album foto dan video. Setiap postingan di instagram tidak terbatas waktu, maksudnya adalah kita tetap bisa melihat foto atau video yang sudah diposting sebelumnya walaupun itu sudah dalam jangka waktu yang cukup lama.

Selain itu, instagram juga merupakan salah satu pendorong berkembangnya di bidang industri pemasaran. Ada banyak wirausaha yang

memanfaatkan instagram ini sebagai media promosi untuk barang ataupun jasa yang ditawarkan. Tak hanya pengusaha kecil, ada banyak brand internasional juga memanfaatkan instagram secara intens untuk memberikan informasi tentang barang yang mereka produksi.

Tidak hanya untuk komunikasi dan promosi, instagram juga digunakan sebagai media hiburan, penyampaian berita dan informasi. Adapun juga pengguna yang memanfaatkan akunnya di instagram untuk membagikan informasi yang berisi tentang berita seputar perempuan, feminis, berita ketidakadilan terhadap perempuan, kekerasan seksual. Salah satu akun yang menyajikan berita kehidupan sehari-hari adalah akun Instagram @indonesiafeminis

#### **D. Akun Instagram “Indonesiafeminis”**

Akun @indonesiafeminis merupakan salah satu akun yang dimiliki oleh Indonesiafeminis. Indonesiafeminis merupakan media yang menyajikan berita, informasi di media sosial, salah satunya instagram. Akun Indonesiafeminis mempromosikan dan mengutamakan keberagaman seksualitas dan gender serta kesadaran kelas, dan alasan peneliti memilih akun Indonesiafeminis karena akun tersebut menyajikan informasi yang didalamnya terdapat suatu kondisi ketidakadilan terhadap kaum perempuan.

## **1. Ketidakadilan Perempuan dan Feminisme**

### **a. Gender**

Konsep gender adalah suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang direkonstruksi secara sosial maupun kultural. Hal itu bukanlah ketentuan kodrat Tuhan melainkan hasil. Dengan demikian, perbedaan gender tidak datang secara tiba-tiba atau dibawa sejak lahir, tetapi melalui proses yang panjang. Terbentuknya proses itu dikarenakan oleh banyak hal diantaranya dibentuk, disosialisasikan, diperkuat, bahkan dikonstruksi secara sosial, kebiasaan, adat istiadat, suku, agama, pendidikan, keluarga dan lain-lain

Dengan melalui proses yang panjang dan sosialisasi tersebut, sosialisasi gender itu akhirnya dianggap menjadi ketentuan Tuhan, seolah-olah bersifat biologis dan tidak dapat diubah lagi. Berbeda dengan seks atau jenis kelamin yang merupakan ketentuan biologis atau kodrat Tuhan.



Tabel 1 Perbedaan Seks dan Gender

No.	KARAKTERISTIK	SEKS	GENDER
1.	Sumber Pembeda	Tuhan	Manusia (Masyarakat)
2.	Visi, Misi	Kesetaraan	Kebiasaan
3.	Unsur Pembeda	Biologis (alat reproduksi)	Kebudayaan (tingkah laku)
4.	Sifat	Kodrat, tertentu, tidak dapat dipertukarkan	Harkat, martabat, dapat dipertukarkan
5.	Dampak	Tercipta nilai-nilai kesempurnaan sehingga menguntungkan kedua belah pihak	Terciptanya norma-norma/ketentuan tentang “pantas” atau “tidak pantas”. Laki-laki pantas menjadi pemimpin. Perempuan pantas dipimpin, dll. Sering merugikan salah satu pihak, kebetulan adalah perempuan.
6.	Ke-berlaku-an	Sepanjang masa, dimana saja, tidak	Dapat berubah, musiman dan berbeda antar kelas.

		mengenal perbedaan kelas.	
--	--	---------------------------	--

Sumber : handayani dan Sugiarti dalam Fitriyah (2009)

Jadi segala hal yang dapat dipertukarkan antara sifat perempuan dan laki-laki, yang bisa berubah dari waktu ke waktu serta berbeda dari tempat ke tempat lainnya, maupun berbeda dari suatu kelas ke kelas yang lain, itulah yang dikenal sebagai konsep gender (Fakih, 2013).

Menurut Munir (2010), ideologi gender adalah segala aturan, nilai, stereotip yang mengatur hubungan antara perempuan dan laki-laki terlebih dahulu melalui pembentukan identitas feminin dan maskulin. Ideologi ini bisa terbentuk di berbagai tingkat yaitu negara, komunitas dan keluarga yang disosialisasikan melalui pranata sosial dan dikendalikan oleh kelompok yang berkuasa dalam masyarakat.

#### b. Peran Perempuan

Gender pada dasarnya adalah pembagian peran serta tanggung jawab baik perempuan maupun laki-laki yang ditetapkan secara kultural maupun sosial. Oleh karena itu gender bukanlah suatu kodrat tertentu yang ditetapkan Tuhan. Gender sesungguhnya berkaitan erat dengan proses keyakinan

bagaimanaseharusnya perempuan dan laki-laki diharapkan untuk berfikir dan bertindak sesuai ketentuan sosial dan budaya dimana mereka berada.

Peran yang menentukan terjadinya perbedaan masyarakat tersebut adalah terdapat pada aturan masyarakat itu sendiri bukan karena perbedaan biologi. Masyarakat sebagai suatu kelompok yang menciptakan perilaku pembagian gender tersebut mampu menentukan karena berdasarkan apa yang mereka anggap sebagai keharusan untuk membedakan antara perempuan dan laki-laki, dan pada akhirnya keyakinan tersebut diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya. Lama-lama warisan tentang pembagian gender tersebut dianggap alamiah, normal, kodrat Tuhan sehingga bagi yang melanggar keyakinan itu dianggap tidak normal dan melanggar kodrat dan sebagainya. Hal inilah yang seringkali menjadi penyebab utama dari adanya ketidakadilan gender

Jadi, secara biologis kaum perempuan dengan organ reproduksinya memiliki rahim sehingga bisa hamil, melahirkan dan menyusui, maka mengasuh, merawat dan mendidik anak merupakan peran kaum perempuan.

Oleh karena itu, adanya anggapan bahwa kaum perempuan memiliki sifat memelihara dan rajin, serta tidak cocok menjadi kepala rumah tangga, berakibat bahwa semua pekerjaan domestik rumah tangga menjadi tanggung jawab kaum perempuan. Kemudian sebaliknya, karena pekerjaan domestik rumah tangga telah dianggap tanggung jawab perempuan, maka untuk kepentingan eksternal rumah tangga seperti mencari nafkah menjadi tanggung jawab laki-laki. Menurut Munir (2010), perempuan merupakan pekerja sekunder, dibatasi

dalam arena domestik, berfisik lemah dan tidak mempunyai kompetensi teknis. Pekerjaan domestik berkaitan dengan anggapan pekerjaan yang harus dikerjakan oleh perempuan, dan laki-lakihanya bersifat membantu saja. Jika perempuan bekerja di sektor publik, hanya dilihat sebagai tambahan saja dan tidak diakui sama seperti bila hal itu dilakukan laki-laki.

Adanya pembagian peran tersebut dengan proses yang panjang kaum perempuan harus lemah lembut, maka sejak bayi proses sosialisasi tersebut tidak saja berpengaruh kepada perkembangan emosi dan visi serta ideologi kaum perempuan, tetapi juga mempengaruhi perkembangan fisik dan biologis selanjutnya. Akibatnya menjadi sulit dibedakan apakah sifat-sifat gender itu seperti kaum perempuan lemah lembut dan kaum laki-laki kuat perkasa, dikonstruksi atau dibentuk oleh masyarakat menjadi seolah-olah kodrat biologis yang ditetapkan oleh Tuhan. Namun, dengan menggunakan pedoman bahwa setiap sifat biasanya melekat pada jenis kelamin tertentu dan sepanjang sifat-sifat tersebut bisa dipertukarkan, maka sifat tersebut adalah hasil konstruksi masyarakat, dan sama sekali bukan kodrat.

### **c. Feminisme**

Feminisme berasal dari kata feminis yang berangkat dari kata feminin yang menurut kamus ilmiah populer berarti perempuan atau mengenai perempuan. konsep feminisme adalah sebuah gerakan perempuan yang menuntut emansipasi

atau kesamaan dan keadilan hak dengan kaum pria, sedangkan tokoh yang menjalankan gerakan feminisme disebut feminis. Pada dasarnya, feminisme berangkat dari kesadaran bahwa perempuan merasa menjadi korban dari ketidakadilan dan deskriminasi. Namun, alasan terhadap situasi ini tidak sepenuhnya sama. Maka dari itu muncullah beberapa aliran dalam feminisme. Berikut asumsi dasar lahirnya feminisme dalam beberapa aliran feminisme

#### 1. Feminisme Liberal

Asumsi dasar aliran feminisme liberal adalah kesamaan hak antara perempuan dan laki-laki. Sehingga keduanya mempunyai peluang yang sama terhadap pembangunan, modernisasi, teknologi maupun sistem ekonomi. Menurut feminis liberalis, perempuan harus berani untuk bersaing agar tidak menjadi golongan tertindas. Mereka juga mengajukan solusi untuk menghentikan proses marginalisasi kaum perempuan dengan memperjuangkan perjuangan hukum dan peraturan, sehingga perempuan dapat memiliki akses dan kontrol yang sama pada pekerjaan dan imbalan ekonomi.

#### 2. Feminisme Marxis

Asumsi dasar aliran feminisme marxis adalah sumber penindasan perempuan berasal dari struktur produksi dan eksploitasi kelas. Hal ini didasarkan pada adanya penindasan berdasarkan kelas, khususnya dikaitkan dengan cara kapitalisme menguasai perempuan dalam kedudukan yang direndahkan.

Dalam sistem kapitalisme perempuan dipergunakan sebagai tenaga kerja murah (perbudakan kaum perempuan).

### 3. Feminisme Radikal

Asumsi dasar feminisme radikal adalah penindasan perempuan terjadi akibat sistem patriarki. Hubungan heteroseksual menjadi kekuatan laki-laki untuk menindas. Untuk itu, feminis radikal menggalangkan kesatuan perempuan untuk menggalangkan kekuasaan laki-laki

#### **d. Feminisme di Indonesia**

Pada tahun 1800-an gerakan feminisme sudah mulai muncul. Gerakan ini diawali oleh R.A. Kartini. Pada saat itu beliau menulis surat-surat yang menceritakan tentang nasib perempuan Jawa pada masa itu yang hidup dalam budaya patriarki. “Tangan dan kaki kami masih terbelenggu; masih terikat pada hukum, adat istiadat dan kebiasaan negeri kami.”(Kartini, 2011). R.A Kartini mengobarkan semangat atas hak kaum perempuan, terutama dalam bidang pendidikan. Dari sinilah gerakan feminisme di Indonesia mulai berkembang.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa lahirnya gerakan feminisme disebabkan oleh adanya anggapan bahwa kaum perempuan mengalami ketidakadilan yang disebabkan oleh perbedaangender. Para feminis juga meyakini bahwa feminisme hadir bersamaan dengan kesadaran yang dimiliki perempuan dalam lingkup personal maupun publik.