

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat mendengar kata *new media* atau media baru, yang terpikirkan pertama kali adalah komputer dan produk digital seperti internet. Internet kini secara signifikan mengatur cara kita berinteraksi dengan dunia. Kita bisa menggunakan internet untuk hal-hal sepele seperti membaca koran sampai melakukan hal-hal penting seperti penelitian.

Tidak bisa dipungkiri bahwa internet sudah menjadi bagian dari kita, hal ini bisa dilihat dari pertumbuhan jumlah masyarakat yang mengakses internet. 171,17 juta jiwa adalah jumlah seluruh pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018, jumlah ini didapat melalui hasil survei yang dilakukan oleh Polling Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Pertumbuhan pengguna internet meningkat 10,12% jika dibandingkan dari tahun sebelumnya (Franedy, 2019).

Menurut hasil survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia, jika melihat dari komposisi pengguna internet berdasarkan jenis kelamin, persentase pengguna internet perempuan pada 2017 hanya sebesar 48,57% dan pengguna laki-laki mencapai 51,43% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017). Internet sebagai sebuah medium untuk berkomunikasi memungkinkan kita untuk melakukan diskusi publik, baik itu diskusi mengenai ekonomi, sosial, politik, budaya dan topik yang kini sedang diminati adalah gender. Tiap tahunnya jumlah pengguna internet selalu meningkat. Namun, pengguna internet saat ini masih didominasi oleh laki-laki, kesenjangan gender dalam penggunaan internet masih tinggi.

Media sosial sebagai bagian dari medium internet mengizinkan penggunanya dengan mudah untuk berinteraksi, bersosialisasi, mengekspresikan diri, dan berpartisipasi secara aktif pada berbagai macam bidang. Ada banyak jenis sosial media yang digunakan oleh pengguna internet, seperti Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest, Instagram, dan lain-lain. Dengan menggunakan media sosial, penggunanya bisa mencari hiburan atau mencari konten (pesan) yang diinginkan

sambil mengharapkan terjadinya perubahan di masyarakat. Beberapa kelompok secara aktif menggunakan media sosial untuk melakukan hal yang lebih penting, seperti melakukan pemberdayaan, menyampaikan visi misi yang mereka percayai, serta membentuk gerakan-gerakan yang sesuai dengan tujuan mereka.

Salah satu gerakan yang muncul di internet adalah gerakan feminisme. Feminisme lahir karena pemerintah tidak memenuhi tuntutan perempuan. Perempuan-perempuan yang menyadari hal ini beranggapan, bahwa tuntutan mereka akan didengar jika mereka memiliki kedudukan di pemerintahan yang pada saat itu masih dikontrol oleh laki-laki. Maka dari itu, tuntutan utama dari perempuan adalah hak untuk memilih dan dipilih. Pemerintahan yang dikontrol oleh laki-laki menjadi hambatan bagi perempuan untuk menembus dunia politik. Laki-laki sulit menerima perempuan akan menggeser kedudukan mereka di pemerintahan, karena merasa jika perempuan tidak punya ilmu yang cukup. Dengan situasi seperti ini, perempuan melihat jika ingin masuk ke dunia politik harus melalui jalur pendidikan terlebih dahulu (Djajanegara, 2000).

Feminisme adalah sebuah gerakan pembebasan kaum perempuan yang berusaha untuk melawan ketidakadilan yang dihadapi oleh perempuan. Pengertian lain dari Feminisme adalah sebuah gerakan-gerakan intelektual yang muncul dan tumbuh secara akademis, maupun bentuk-bentuk upaya politik dan sosial perempuan untuk mengakhiri stereotip, diskriminasi, dan eksploitasi yang dialami (Alatas, Sutanto, 2019).

Saat ini, kalimat “kesetaraan gender” sudah sering kita dengar di Indonesia, sayangnya tidak dengan pengaplikasiannya. “Dapur, Sumur, Kasur” adalah kutipan yang masih sering disematkan pada perempuan-perempuan Indonesia. Ini adalah contoh stereotip yang dibangun atau lahir dari masyarakat yang beranggapan bahwa lingkup kerja perempuan adalah wilayah domestik saja. Lingkup kerja ini berdasar pada peran gender yang ada di masyarakat, mencari nafkah adalah tugas laki-laki dan mengurus rumah tangga adalah tugas perempuan.

Sedari kecil, perempuan sudah harus bisa menyapu, mencuci piring, mencuci baju, dan berbagai pekerjaan domestik lainnya. Bahkan, ada ungkapan “*kalo nyapu tuh yang bersih, nanti dapet suaminya brewokan, loh*,”. Jika sudah dewasa dan perempuan tidak bisa melakukan pekerjaan domestik, maka akan dianggap sebagai pemalas.

Karena sejak kecil sudah dituntut untuk menjadi penurut dan tidak boleh membantah, perempuan dianggap lemah dan rentan. Tidak jarang perempuan mendapat pelecehan atau kekerasan. Menurut Catatan Tahunan (CATAHU) Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan (Komnas Perempuan) di tahun 2020, terjadi kenaikan sebanyak 65% pada kekerasan terhadap anak perempuan (KTAP) ada sebanyak 2,341 kasus. Sedangkan untuk kekerasan terhadap istri (KTI) persentasenya ada kenaikan dengan jumlah 6,555 kasus. Jenis kekerasan yang didapat adalah pelecehan seksual oleh pihak keluarga (inses) dan pihak luar keluarga (Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan, 2020).

Stereotip buruk perempuan harus *nurut* dengan laki-laki dibuktikan dalam survei yang dilakukan oleh United Nations Development Programme (UNDP) "*Why Do Some Men Use Violence Against Women and How Can We Prevent it?*" dari survei ini, setidaknya ada 40% responden yang menganggap bahwa perempuan harus sudi mengalami kekerasan domestik agar keutuhan keluarga tidak tercerai-berai. Hal ini terlihat dari rata-rata responden sekitar 97% percaya bahwa istri harus selalu tunduk pada suami (Dhani, 2017).

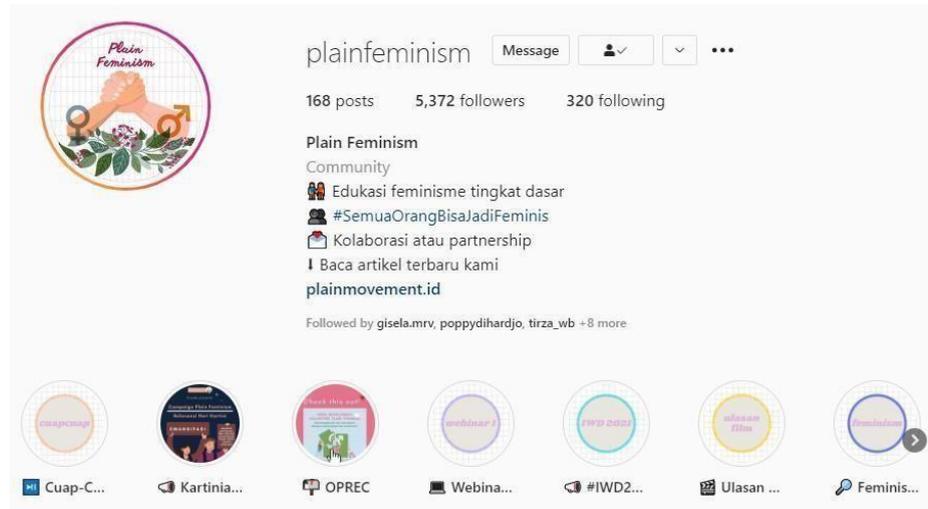
Perempuan sering disalahkan saat mereka menjadi korban kekerasan seksual (pemerksaan). Dengan memakai pakaian yang seksi, perempuan dianggap turut andil pada pemerksaan yang dialami karena sudah menggoda laki-laki dengan pakaian yang mereka kenakan. Dr Jan Welch dari Haven mengatakan "*Unfortunately, women have bought into the idea that sometimes the rape victim is to blame. Under no circumstances is a woman at fault for being raped,*". Ini berarti perempuan menganggap mereka juga harus disalahkan, padahal pemerksaan bukan salah korban. Haven mengadakan survei "*Wake Up To Rape,*" yang respondennya berjumlah 1,061, 712 perempuan dan 349 laki-laki (Reuters, 2010). Stigma lain yang disematkan pada perempuan adalah, menjadi ibu rumah tangga (IRT) adalah profesi yang lebih mulia dari pada menjadi perempuan karir.

Meskipun telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Hak Asasi Manusia (HAM) Pasal 49 ayat 1 bahwa perempuan berhak untuk memilih, dipilih, diangkat dalam pekerjaan, jabatan, dan profesi sesuai dengan persyaratan dan peraturan perundang-undangan, pandangan miring tentang perempuan yang berkarir tidak serta merta luntur (Prastiwi, Rahmadanik, 2020, p. 2).

Tingkat kesetaraan gender di Indonesia jika dibandingkan dengan negara lain di ASEAN, sangat rendah. Dilansir World Economic Forum (WEF), pada 2017, Indonesia ada di peringkat enam dengan indeks sebesar 0,691. Indonesia kalah oleh Filipina yang berada di peringkat teratas dengan skor 0,790 (skor satu menandakan keadaan paritas atau kesetaraan). Dari 114 negara, urutan Indonesia di peringkat 84. Padahal, Indonesia dan Filipina mempunyai potensi yang tidak jauh berbeda (Gerintya, 2018).

Teknologi membuat waktu, ruang, dan jarak menjadi sempit sehingga semuanya bisa terhubung satu sama lain di media sosial. Di media sosial semua penggunanya bisa berinteraksi dan berdiskusi satu sama lain, pengguna media sosial mampu membentuk kelompok-kelompok berdasarkan pada minat atau isu tertentu. Kelompok subordinat yang awalnya tidak memiliki tempat untuk bersuara, kini bisa menyampaikan kepentingan dan identitasnya.

Berbicara mengenai feminisme dan media sosial, terdapat banyak akun feminisme yang bertebaran di media sosial, terlebih lagi di Instagram, salah satunya adalah Plainfeminism. Plainfeminism merupakan akun Instagram komunitas berbasis seni-kreatif yang bergerak di bidang edukasi dasar kesetaraan gender di Indonesia. Muncul dengan unggahan pertama pada 3 Mei 2020, Plainfeminism saat ini sudah memiliki ribuan pengikut dengan slogan #SemuaOrangBisaJadiFeminis. Menariknya dari akun Plainfeminism adalah dari sekian banyak akun feminisme di Instagram, merekalah yang berbasis komunitas. Beranggotakan 40 orang dengan latar belakang yang berbeda. Plainfeminism juga aktif berinteraksi dengan pengikutnya, mereka selalu membalas komentar yang masuk ke dalam unggahan kontennya dan selalu meluruskan komentar-komentar yang dirasa kurang tepat terkait feminisme. Plainfeminisme dijadikan wadah untuk berinteraksi yang memungkinkannya terbentuk ruang publik virtual.



Gambar 1.1

Para cyberfeminis (sebutan untuk penganut feminisme di internet) berambisi penuh untuk melakukan pemberdayaan perempuan dengan tujuan untuk memperbaiki kondisi mereka melalui internet dengan membantah berbagai dominasi laki-laki yang ada di sekeliling penggunaan teknologi baru. Melihat potensi di internet yang tinggi, cyberfeminis berusaha untuk membuat ruang *online* lain untuk memprotes konstruksi gender yang disematkan pada perempuan sembari memberdayakan seluruh perempuan di dunia (Alatas, Sutanto, 2019).

Feminis (sebutan untuk penganut feminisme) memperhatikan jika media *online* digunakan dengan sebaik-baiknya, maka kepentingan mereka bisa diketahui dan didengar oleh banyak orang, karena potensi media *online* yang digunakan oleh banyak pengguna bisa menawarkan gagasan mengenai pemberdayaan dan pembebasan terhadap perempuan.

Cyberfeminis berusaha untuk membebaskan para perempuan dari penindasan misogini. Menurut survei ‘*Free To Be Online*’, sebanyak 58% perempuan mendapat kekerasan gender berbasis online (KGBO). Ada lebih dari 14.000 perempuan yang menjadi responden dengan rentang umur 15-25 tahun. Dari 42% perempuan yang dilecehkan secara online mengatakan, bahwa mereka merasa tidak aman, kehilangan kepercayaan diri, serta stres mental dan emosional (Plan International, 2020).

Cyberfeminis berfokus pada “teknologi adalah sebuah kekuatan” maka penting untuk membuat wadah agar perempuan bisa berekspresi dengan bebas sembari melawan stereotip dan diskriminasi. Terkait dengan permasalahan yang

ada peneliti mengangkat judul “Cyberfeminis Sebagai Bentuk Baru Pergerakan Perempuan di Era Digital (Pada Akun Instagram Plainfeminism)”

1.2. Perumusan Masalah

Apa yang mendasari cyberfeminis untuk membuat Instagram Plainfeminism dan bagaimana pemanfaatannya dalam penghapusan stereotip pada perempuan?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dasar cyberfeminis dalam membuat Instagram Plainfeminism dan mengetahui pemanfaatan akun tersebut dalam penghapusan stereotip pada perempuan.

1.4. Manfaat Penelitian

A. Manfaat Akademis

Untuk mengembangkan kajian feminisme dan komunikasi gender di media sosial dan ruang publik virtual yang menjadi dasar pergerakan cyberfeminis di era digital.

B. Manfaat Praktis

- a. Untuk memberi pemahaman kepada pembaca, khususnya pembaca yang mengikuti kajian feminisme di media sosial.
- b. Untuk menambah pemahaman bagi pengguna media sosial agar mampu memanfaatkan jejaring sosial tersebut dengan baik.

1.5. Sistematika Penulisan

Proposal skripsi ini dibagi menjadi tiga bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, dan kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi cara dan prosedur bagaimana kegiatan penelitian dilakukan, metode pengumpulan data, penentuan key informan dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian yang ditemukan di lapangan, sesi wawancara informan, dan pembahasan yang berisi keterkaitan antara konsep penelitian dengan kenyataan di lapangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kristalisasi hasil analisis, interpretasi, dan saran yang akan diberikan oleh penulis.