

Analisis Resepsi Khalayak Tentang Feminisme Pada Media Alternatif

Fakhrial Adam¹, Merry Fridha Tri Palupi², Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus Surabaya

fakhrial.adam11@gmail.com¹, merry.fridha@untag-sby.ac.id², baguspradana@untag-sby.ac.id³

Abstract

Alternative media was created because of the form of resistance that was carried out by some people against the mainstream media which was deemed not to be in favor of the interests of the people. In this case, regarding the form of the role and contribution of alternative mass media to the sociocultural construction of society, one of which is the discourse on women or feminism. Feminism is currently still an unresolved problem or issue in society, until in the end alternative media has become a place for feminist activists to speak up. In this study, the researcher uses Feminism Theory and Reception Theory, which in reception theory explains that reception analysis is used to understand the role of active audiences in interpreting, analyzing and evaluating the message conveyed, while feminism theory explains that feminism is a movement that demands full equality between women and men. The data was obtained by analyzing feminism in the alternative media by taking several news stories that contain meanings and indicators of feminism. In this study, the researcher obtained the meaning of the message content and the point of view of the followers of the @viceind Instagram account who were the sources of this research. The interpretation of feminism by followers of the @vinceind account is very diverse. Acceptance, rejection and neutrality about the published news become very diverse, and culture is one of the determining factors.

Keywords: Reception Analysis, Feminism, Alternative Media

Abstrak

Media alternatif tercipta karena adanya bentuk perlawanan yang dilakukan oleh beberapa orang kepada media mainstream yang dipandang sudah tidak berpihak kepada kepentingan rakyat. Dalam hal ini mengenai bentuk peran dan kontribusi media massa alternatif terhadap konstruksi sosiokultural masyarakat salah satunya adalah wacana mengenai keperempuanan atau feminisme. Feminisme saat ini masih menjadi permasalahan atau isu yang tak kunjung terselesaikan di tengah masyarakat, hingga pada akhirnya media alternatif menjadi salah satu tempat bagi penggiat feminisme untuk bersuara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Feminisme dan Teori Resepsi yang dimana dalam teori resepsi ini menjelaskan bahwa analisis resepsi digunakan untuk memahami peran khalayak aktif dalam memaknai, menganalisis dan mengevaluasi pesan yang disampaikan, sedangkan teori feminisme menjelaskan bahwa feminisme adalah gerakan yang menuntut persamaan hak sepenuhnya antara kaum perempuan dan laki-laki. Dalam penelitian kali ini, peneliti memperoleh pemaknaan isi pesan dan sudut pandang dari pengikut akun Instagram @viceind yang merupakan narasumber dari penelitian ini. Interpretasi tentang feminisme oleh para pengikut akun @vinceind sangat beragam. Penerimaan, penolakan, dan kenetralan sikap pada sebuah berita menjadi sangat beragam, dan budaya menjadi salah satu faktor penentu sikap.

Kata kunci: *Analisis Resepsi, Feminisme, Media Alternatif*

Pendahuluan

Media alternatif tercipta karena adanya bentuk perlawanan yang dilakukan oleh beberapa orang kepada media mainstream yang dipandang sudah tidak berpihak kepada kepentingan rakyat. Definisi media alternatif sendiri masih sulit untuk ditemukan. Media arus utama menyebutkan bahwa media alternatif ini adalah media yang jangkauannya luas mencakup banyak khalayak serta mencerminkan pemikiran-pemikiran, isu-isu atau aktivitas yang dominan. Oleh sebab itu media alternatif merepresentasikan segala bentuk kepentingan yang dimiliki oleh kelompok yang ada di luar media arus utama seperti rakyat miskin, perempuan, etnis minoritas, buruh, bahkan golongan LGBT sekalipun.

Media alternatif seperti Instagram banyak digunakan masyarakat untuk menciptakan konten-konten baik video maupun gambar yang kemudian dapat diunggah oleh akun pemilik ke dalam feed Instagram. Instagram yang merupakan media sosial yang memungkinkan *users* (pengguna) untuk mengambil foto, menerapkan *filter digital* (pemberian efek pada foto), dan membagikannya. Pengguna *Instagram* lebih diarahkan kepada perangkat berjalan, seperti *smartphone*. Lebih menariknya lagi, media sosial Instagram. Sebuah platform media sosial online yang pada awalnya diciptakan sebagai sarana berbagi foto dan video dari pemilik akun perorangan dan pengguna dapat berinteraksi dengan sesama melalui fitur like dan komentar. Berbeda dari tujuan mulanya media ini diciptakan, pengguna Instagram selain menggunakan media sosial ini untuk berbagi foto dan video personal, saat ini banyak akun-akun yang bermunculan dengan konsep menyebarkan informasi. Dimana berita dan informasi diperoleh dari pengguna Instagram lain, bukan dari pemilik akun tersebut.

Berkembangnya isu 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 yang berisi isu feminisme, baik yang dibuat dan disebarluaskan. Sehingga tentu ada pemaknaan tersendiri bagi khalayak dalam menanggapi isu ini. Kendala yang ada ialah, masih terdapat nilai-nilai konten yang mendiskriminasi perempuan dan menjadikan hal tersebut sebagai bahan hiburan.

Metode Penelitian

Pendekatan secara kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dimana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri sesuatu hal. “Metode adalah proses, prinsip dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawabannya.” (Mulyana, 2010: 145). Disertai penggunaan paradigma konstruktivis yang merupakan salah satu perspektif dalam tradisi sosiokultural. Paradigma ini menyatakan bahwa identitas benda dihasilkan dari bagaimana kita berbicara tentang objek, bahasa yang digunakan untuk mengungkapkan konsep kita, dan cara-cara kelompok sosial menyesuaikan diri pada pengalaman umum mereka. Data bisa diperoleh melalui wawancara mendalam (baik individual maupun kelompok). Dalam uraian ini lebih ditekankan perolehan data melalui media alternatif yaitu instagram. Analisis resepsi baik sebagai topik pembicaraan maupun sebagai landasan dari aktivitas yang dilakukan berdasarkan topik-topik. analisis resepsi mencoba memahami khalayak memaknai pesan yang disampaikan oleh media sehingga khalayak tersebut menerima dan mengikuti pesan yang didapatnya.

Hasil dan Pembahasan

Penulis menanyakan perihal mengenai bagaimana pendapat informan tentang konten vice yang dengan judul “Makin Banyak Lelaki Di Berbagai Negara Pede Pakai Rok, Ini Tren Fashion Yang Keren”. Menurut jawaban dari 5 informan menjelaskan bahwasannya mereka menjawab bahwa jika lelaki memakai rok sangat tidak tepat, tidak matching. Karena mereka beranggapan bahwasannya jika lelaki memakai rok seperti wanita, dan informan beranggapan bahwa lelaki tersebut memiliki kelainan karena rok ini dipakai untuk wanita tetapi kenapa kok justru di gunakan oleh lelaki.

Perihal mengenai bagaimana tentang konten vice yang dengan judul “Dituding Larang MC Perempuan Tampil, Ombudsman dan Advokat Kritik Gubernur Bali” menurut penjelasan dari informan bahwasannya Kabupaten Bali terlalu diskriminatif, karena hanya urusan MC yang semestinya bisa dilakukan oleh lelaki ataupun wanita. Para informan juga beranggapan bahwasannya sebenarnya untuk masalah MC wanita ataupun lelaki kenapa harus dipermasalahkan kan sama-sama melakukan kegiatan MC tidak ada pembedanya.

Mengenai konten di vice yang dengan judul “Taliban Bolehkan Perempuan Kuliah, tapi jelas dipisah dan tak bisa diajar dosen lelaki”. Dalam hal ini informan beranggapan bahwa niat taliban sendiri tidak efisien. Karena dalam penerapan aturan itu mengikuti ajaran agama mereka sendiri jadi urusan itu menjadi urusan terserah mereka. mereka memiliki tujuan hanya karena kuliah jadi seharusnya tidak perlu di pisah.

Hasil wawancara penulis dengan informan 1, 2, dan 3 pada konten yang pertama yakni informan menuturkan bahwa makin banyak lelaki pede pakai rok, ini tren fashion yang keren. Informan pertama memiliki pemaknaan dominant dalam meresepsi konten atau gambar pertama. Para informan pada isu-isu feminisme karena merasa bahwa lelaki memakai rok menganggap bahwa hal tersebut tidak wajar. Lelaki tidak harus terbebani dengan standar yang selama ini beredar di masyarakat. Bahwa lelaki itu harus *fashionable* bisa bergaya dengan tren yang sedang berjalan pada zaman sekarang ini. Dari dua informan tersebut memiliki pemaknaan *opposititional* terhadap konten pertama dan informan ketiga memiliki pemaknaan *dominant*.

Pada konten kedua, yakni mengenai Larang MC Perempuan tampil, Ombudsman dan Advokat kritik gubernur Bali. Informan memiliki pandangan bahwa tidak semua yang MC harus lelaki dan perempuan tidak boleh melakukan MC. Karena menurut informan harusnya tidak boleh larangan dikarenakan yang melakukan MC perempuan karena baik lelaki ataupun perempuan yang terpenting sebuah pekerjaan yang halal. Informan memiliki

Pada konten ketiga mengungkapkan mengenai taliban bolehkan perempuan kuliah, tapi kelas dipisah dan tak bisa diajar dosen lelaki. Pada hal ini informan menjelaskan bahwasannya seharusnya tidak adanya perbedaan antara lelaki dan perempuan karena mereka dengan memiliki tujuan bahwa mereka ingin mencari ilmu dan seharusnya dibebaskan berteman dengan lelaki mereka juga memiliki hak dalam berteman dengan siapa saja tidak harus pada kaum perempuan saja. Dari konten ketiga ini memiliki pemaknaan *opposititional* terhadap konten ketiga.

Penutup

Interpretasi tentang feminisme oleh para pengikut akun @vinceind sangat beragam. Pemahaman mengenai tren atau model baru mengenai feminisme mereka sangat memiliki pemikiran yang berbeda-beda dimana tradisi yang lelaki memakai rok tren ini jika di luar negeri sudah dianggap biasa tetapi jika berada di Indonesia tren ini dianggap aneh. Dikarenakan pandangan dari tren tersebut dianggap aneh jika lelaki memakai rok. Dari hal ini maka tindakan feminisme jika digunakan oleh lelaki sangat tidak cocok. Khalayak lebih bisa menerima bagaimana keputusan Taliban untuk memisahkan kelas antara lelaki dan perempuan, namun penolakan terjadi Ketika adanya diskriminasi gender melalui pelarangan pembawa acara tampil didepan publik karena dianggap melanggar hak perempuan. Adapun perbedaan pendapat mengenai bagaimana lelaki harusnya berbusana, tradisi dan kebiasaan menjadi salah satu faktor penilaian. Berikut saran yang peneliti berikan :

Saran Praktis

Disarankan untuk khalayak bisa memberikan gambaran secara umum tentang isu-isu feminisme yang ada pada media alternatif khususnya Instagram dan dapat menghargai hak persamaan dalam menjalani kehidupan dengan lebih terbuka dengan berita yang disampaikan di akun Instagram @viceind dan mengaplikasikan kesetaraan di kehidupan sehari-hari.

Saran Teoritis

Peneliti berharap, untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang feminisme dan akun berita yang tidak menganut muatan konvensional dapat dilihat dalam kajian media baru.

Daftar Pustaka

- Asfahani, G. (2018). *RESEPSI FOLLOWERS AKUN @beraniberhijrah TERHADAP PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM NASKAH*.
- Baran, Stanley J dan Davis, Dennis K. (2010) *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan dan Masa Depan* Jakarta : Salemba Humanik
- Bariyah, C. (2018). *ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG LETTERING CAPTURE* (p. 105).
- Fadlilah, I., Permadi, W., & M, S. L. (2020). *Mulan 2020 : Studi Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Karakter Pemimpin Perempuan*. 60–72.
- Karim, A. (2014). (Model Penelitian Kualitatif tentang Perempuan dalam Koridor Sosial Keagamaan). *Fikrah*, 2(1), 57–74.
- Mailasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(September), 1. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/6810>
- Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial@indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *AGUNA: Jurnal ...*, 1(1), 70–86. <http://ejournal.amikompuwoko.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1048>
- Salim, H. J. (2021). *Selama Pandemi Covid-19, Pemakaian Internet Indonesia Naik hingga 40 Persen*. *Www.Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4493427/selama-pandemi-covid-19-pemakaian-internet-indonesia-naik-hingga-40-persen>