

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti membutuhkan review penelitian sejenis yang dapat dijadikan acuan dengan melihat penelitian-penelitian terdahulu untuk membantu mengembangkan pengerjaan penelitian ini, yang dilihat baik dari metode penelitian ataupun konteks penelitian sejenis. Hal ini dilakukan dalam rangka untuk mendukung penelitian yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Mengenai Gerakan Feminisme”**.

Dengan melihat hal tersebut peneliti akan mendapatkan sumber referensi atau gambaran awal untuk dijadikan pembanding, bahan masukan, dan pelengkap yang dapat mendukung penelitiannya. Peneliti akhirnya menemukan beberapa referensi dari penelitian terdahulu yang dapat dijadikan rujukan, sebagai berikut:

1. Penelitian kedua adalah yang dilakukan oleh Fitri Fauziah (142050031), mahasiswi Universitas Pasundan, penelitian ini berjudul **“Persepsi Remaja di Kota Bandung Mengenai Pemuda Hijrah Melalui Media Sosial Intragram”** yang dilakukan pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sensasi, atensi dan interpretasi remaja di kota Bandung mengenai pemuda hijrah

melalui media sosial instargram yang pada saat itu memang tengah menjadi sorotan. Penelitian ini menggunakan metode penelitan deskriptif kualitatif dan dengan teori yang digunakan adalah teori Persepsi menurut Deddy Mulyana. Hasil penelitian ini adalah para pemuda merasa antusias dengan adanya pemuda hijrah di media sosial instagram mereka merasa mendapatkan manfaat baik dengan membuka akun instagram dari pemuda hijrah, mereka tertarik mengikuti kajian pemuda hijrah walau tidak rutin di karenakan isi kajiannya yang sesuai dengan zaman sekarang dan mereka berharap dengan adanya pemuda hijrah ini dapat merubah pola perilaku kearah yang positif.

2. Penelitian yang kedua adalah yang dilakukan oleh Dela Juwita (152050051), mahasiswi Universitas Pasundan, penelitian ini berjudul **“Persepsi Orang Tua Pada Anak Pengguna Media Sosial Tiktok di Cicadas”** yang dilakukan pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atensi, sensasi dan interpretasi orang tua pada anak pengguna tiktok di daerah Cicadas. Penelitian ini menggunakan metode penelitan deskriptif kualitatif dan dengan teori yang digunakan adalah teori Persepsi menurut Kenneth K. Senero dan Edward M. Bodaken, Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson. Hasil dari penelitian ini adalah orang tua cukup khawatir dengan anak yang menggunakan tiktok karena mengalami kendala ketika mengatur anak mereka, dan para orang tua merasa anaknya lebih baik berkegiatan lain selain menggunakan media sosial Tiktok. Media sosial tiktok masih ditakutkan berdampak negative jika digunakan oleh

anak-anak sehingga memang membutuhkan pengawasan orang tua dalam penggunaannya agar Tiktok menjadi media yang bermanfaat bagi anak.

3. Penelitian yang ketiga adalah yang dilakukan oleh Nirwana Amir (30200113017), mahasiswa UIN Alauddin Makassar, penelitian ini judul **“Persepsi Aktivis Akhwat Mahasiswa Pencinta Masjid (MPM) UIN Alauddin Makassar tentang Berbagai Isu Gender dan Feminisme”** yang dilakukan pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui latar belakang kemunculan Mahasiswa Pencinta Masjid (MPM) dan bentuk-bentuk aktivitasnya, persepsi aktivis akhwat Mahasiswa Pencinta Masjid (MPM) UIN Alauddin Makassar tentang berbagai isu gender dan feminisme dan perkembangan dan pengaruh Mahasiswa Pencinta Masjid (MPM) di kalangan mahasiswa UIN Alauddin Makassar khususnya dan masyarakat pada umumnya. Hasil penelitian ini adalah bahwa sebagian besar aktivis akhwat MPM memberikan tanggapan kurang bahkan tidak mendukung adanya gender dan feminisme terkhusus di UIN Alauddin Makassar. Gender dan feminisme merupakan suatu bentuk gerakan untuk mengangkat derajat perempuan. Namun, kecenderungan para aktivis memaknai gender dan feminisme sebagai hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

Tabel 2. 1. Review Penelitian Sejenis

No .	Nama Peneliti	Judul dan Tahun	Metodelogi Penelitian & Teori	Tujuan & Hasil Penelitian	Analisis Persamaan & Perbedaan
1.	Dhaifina Fitria Wulandari (142050237)	“Persepsi Wanita Kota Bandung Pada Pelecehan Seksual di Ruang Publik” Tahun 2018	Metodelogi penelitian deskriptif kualitatif dengan teori Persepsi menurut Deddy Mulyana.	Tujuannya untuk mengetahui sensasi, atensi dan interpretasi wanita kota Bandung yang biasanya menjadi korban pelecehan seksual di ruang public tersebut dan hasil dari penelitian ini, sebagian besar informan pernah mengalami pelecehan seksual di ruang publik hal ini membuat mereka	Analisis Persamaan: Metodelogi penelitian yang digunakan sama dan meneliti persepsi seseorang mengenai sesuatu. Analisis Perbedaan : Subjek dan Objek Penelitian berbeda dan Teori yang digunakan

				merasa takut dan membutuhkan perlindungan dari hal tersebut.	berbeda.
2.	Fitri Fauziah (142050031)	“Persepsi Remaja di Kota Bandung Mengenai Pemuda Hijrah Melalui Media Sosial Intragram” Tahun 2018.	Metodelogi penelitian deskriptif kualitatif dengan teori Persepsi menurut Deddy Mulyana.	Tujuannya untuk mengetahui sensasi, atensi dan interpretasi remaja di kota Bandung mengenai pemuda hijrah melalui media sosial instargram yang pada saat itu memang tengah menjadi sorotan. Hasil penelitian ini, para remaja merasa antusias dengan adanya pemuda hijrah di media sosial instagram mereka	Analisis Persamaan: Metodelogi penelitian yang digunakan sama dan meneliti persepsi seseorang mengenai sesuatu. Analisis Perbedaan : Subjek dan Objek Penelitian berbeda dan Teori yang digunakan berbeda.

				merasa mendapatkan manfaat baik.	
3.	Nirwana Amir (3020011301 7)	“Persepsi Aktivis Akhwat Mahasiswa Pencinta Masjid (MPM) UIN Alauddin Makassar tentang Berbagai Isu Gender dan Feminisme” Tahun 2018.	Metodelogi penelitan kualitatif.	Tujuan dari penelitian persepsi aktivis akhwat Mahasiswa Pencinta Masjid (MPM) UIN Alauddin Makassar tentang berbagai isu gender dan feminisme	Analisis Persamaan: Metodelogi penelitian yang digunakan sama, meneliti persepsi seseorang mengenai feminisme. Analisis Perbedaan: Objek dan Teori Penelitian berbeda.

Sumber : Catatan Peneliti, 2021

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi

2.2.1.1. Pengertian Komunikasi

Manusia adalah biasa disebut makhluk sosial dimana berarti manusia tidak bisa hidup sendirian, manusia tentu membutuhkan makhluk lain untuk bisa bertahan hidup. Manusia dengan manusia tentu akan melakukan interaksi satu sama lain, interaksi ini dilakukan tentu dengan proses komunikasi. Komunikasi merupakan suatu bagian dari kehidupan manusia yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Manusia saling berbagi pesan, informasi, memahami satu sama lain tentu saja dengan berkomunikasi. Komunikasi adalah suatu ilmu yang terus ada dan berkembang dari dulu hingga sampai saat ini. Komunikasi dikatakan sebagai ilmu sebab memiliki kajiannya yaitu mengkaji tindakan manusia didalam konteks sosial yang ada.

Komunikasi sendiri dilakukan bukan hanya melalui interaksi melalui kata-kata secara lisan namun komunikasi berkembang bisa melalui tulisan atau aspek lainnya yang bisa menerjemahkan kata-kata yang dihasilkan oleh manusia, komunikasi pada saat inipun bahkan bisa dilakukan melalui media yang mempercepat penyampaian pesan. Dari sini kita sudah bisa melihat betapa pentingnya peran komunikasi bagi manusia.

Menurut (Effendy, 2009) ia mengatakan seperti yang diketahui, komunikasi melihat dari etimologi yang berasal dari kata *communis* yang artinya membentuk persatuan atau persatuan antara dua orang atau lebih. Bahkan awalan dari kata “*communis*” adalah “*communico*” yang artinya berbagi. Komunikasi adalah suatu cara penyampain pesan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang diharapkan adanya hubungan timbal balik didalamnya.

Menurut Carl I. Hovland dalam (Effendy, 2009) Komunikasi adalah suatu usaha yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Pengertian dari Hovland ini menunjukkan bahwa objek penelitian komunikasi bukan sekedar pertukaran informasi, tetapi juga pembentukan suatu opini publik dan sikap publik yang sangat berperan penting dalam kehidupan sosial dan politik. Bahkan dalam definisi yang spesifiknya tentang komunikasinya sendiri, Hofland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain).

Sedangkan pengertian komunikasi menurut Everet M. Rogers dan Lawrence Kincaid (1981:18) dalam (Wiryanto, 2004), berpendapat bahwa:

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian didalamnya. (2004:06)

(Effendy, 2009) mengatakan, supaya lebih memahami makna komunikasi yang akan menjadikan kita dapat berkomunikasi secara efektif, para pakar komunikasi sering mengambil kutipan dari paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell pada bukunya yang berjudul "*The Structure and Function of Communication in Society*". Isi dari paradigma Laswell adalah "*Who Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect?*", contoh dari paradigma Lasswell ini memberitahu bahwa komunikasi memiliki lima elemen untuk menjawab pertanyaan yang diberikan, yaitu:

- Pengirim (*communicator, source, sender*)
- Informasi atau Pesan (*information, message*)
- Media (*channel, media*)
- Penerima (*communicant, communicatee, receiver, recipient*)
- Pengaruh (*effect, impact, influence*)

Oleh karena itu, dari yang ada pada paradigma Lasswell, komunikasi merupakan suatu proses dimana komunikator mengirimkan informasi kepada komunikan melalui media dengan memberikan pengaruh tertentu. Laswell berharap komunikasi menjadi objek penelitian ilmiah, meski setiap elemen telah dipelajari secara spesifik.

Dari definisi-definisi yang dikemukakan diatas tentu memang belum mencakup banyak pengertian dari ahli-ahli yang lain, namun kita bisa memahami bahwa

komunikasi adalah suatu proses interaksi antara manusia satu dengan yang lain yang bertujuan saling pengertian dan memberikan efek tertentu dan dengan media tertentu.

2.2.1.2. Tujuan Komunikasi

(Liliweri, 2011) dalam bukunya, ia mengatakan tentang tujuan komunikasi itu sendiri dibutuhkan untuk melihat lebih dalam mengenai rencana dari komunikasi, agar dapat melakukan interaksi ataupun komunikasi hanya bisa dilakukan secara keilmuan. Melihat hal tersebut bisa dikatakan bahwa, tujuan komunikasi sebisa mungkin memerhatikan komponen penting dari komunikasi itu sendiri. Lalu tujuan utama dari komunikasi dikatakan seperti berikut:

- a. Menyampaikan informasi atau pesan.
- b. Mendapatkan informasi atau pesan.
- c. Mengartikan suatu informasi atau pesan.
- d. Memberi tanggapan terhadap informasi atau pesan secara langsung dan lugas.
- e. Bergantian informasi atau pesan.
- f. Membenarkan suatu pesan.
- g. Memberi suatu kebahagiaan berlandaskan informasi tersebut.

Jadi bisa dikatakan, seperti yang sudah diketahui secara umum bahwa tujuan dari komunikasi bisa dikatakan merupakan hasil dari proses komunikasi itu sendiri, dimana yang bertujuan untuk menciptakan suatu proses penyampain pesan yang

menghasilkan suatu pengertian satu sama lain yang diharapkan dapat memberikan efek terhadap perilaku, pengertian, sikap, persepsi seseorang akan sesuatu. Tujuan komunikasi ini tergantung memang apa yang ingin dituju dan berarti akan memiliki perbedaan didalam bagaimana penyampain pesan dalam komunikasi ini berjalan dan hasilnya itu sendiri.

2.2.1.3. Fungsi Komunikasi

Komunikasi tentu ada dengan fungsi yang berguna bagi kehidupan manusia. (Effendy, 2009) mengatakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*)
- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertain*)
- d. Mempengaruhi (*to influence*) (2009:07)

Salah seorang pakar komunikasi yang ternama yaitu Harold D. Lasswell, juga mengutarakan pendapatnya tentang fungsi komunikasi tersebut. Menurutnya fungsi dari komunikasi dalam masyarakat memiliki tiga fungsi, yaitu:

1. Pengamatan lingkungan sekitar (*surveillance of environment*), pengungkapan ancaman dan peluang yang berdampak terhadap norma atau nilai yang ada di masyarakat dan komponennya.
2. Relevansi elemen sosial dalam merespon lingkungan (*correlation of the components of society in making a response to the environment*)
3. Pembagian warisan sosial masyarakat (*transmission of the social inheritance*). Pada kali ini baik dalam kehidupan keluarga maupun di

sekolah, peran pendidik adalah mewariskan warisan sosial masyarakat kepada generasi penerusnya.

Jadi dari yang telah di paparkan diatas fungsi komunikasi tentu memiliki keragaman, yang gunanya untuk membantu kehidupan sosial masyarakat. Dari memberikan informasi yang bermaksud untuk untuk saling bertukar pesan antara satu dengan yang lain. Lalu ada memberi pendidikan dimana komunikasi adalah media penyampaian yang tepat untuk mendidik masyarakat untuk saling bertukar ilmu pengetahuan dan pengalaman. Komunikasi menjadi penghibur dimana interaksi yang terjadi karena komunikasi akan menghasilkan perasaan positif yang menghibur. Dan komunikasi dapat memberi pengaruh, disini bagaimana komunikasi yang efektif akan mampu mengajak dan mempengaruhi melalui isi dari pesan yang disampaikan. Selain itu fungsi komunikasi ini sangat berguna bagi masyarakat karena akan memudahkan mereka terus berkembang dan melakukan perubahan kearah yang positif yang akan terus terjadi hingga masa depan.

2.2.1.4. Proses Komunikasi

Komunikasi dapat terjadi melalui sebuah proses, proses komunikasi ini adalah langkah-langkah yang dilakukan oleh komunikator dalam menyampaikan informasi atau pesan secara efektif agar dapat dipahami oleh komunikan. Komunikasi sering disebut sebuah proses karena memiliki unsur yang berhubungan satu sama lain. Proses komunikasi ini terjadi melalui interaksi yang menimbulkan reaksi. Proses komunikasi bisa melalui media-media yang mendukung berjalannya komunikasi.

Terdapat pandangan menurut David K. Berlo (1960) yang dikutip (Suprpto, 2009) ia menjelaskan bahwa, dari adanya *transmitting* akan menghasilkan proses komunikasi merupakan pengalihan pesan baik secara lisan ataupun tulisan atau simbol-simbol tertentu. Lalu dengan adanya *receiving* dapat menghasilkan suatu proses perolehan pesan yang telah disampaikan.

(Effendy, 2009) berpendapat bahwa sebenarnya proses komunikasi dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi Primer atau Utama ini yaitu suatu tahapan dalam menyampaikan perasaan dan pikiran dari satu orang ke yang lainnya melalui simbol-simbol yang dijadikan suatu wadah atau media penghubung. Baik itu melalui bahasa, gambar, isyarat ataupun warna dan lainnya.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses Komunikasi Sekunder atau pendukung ini merupakan suatu tahapan dalam perlihan informasi dari satu orang ke orang lain melalui sebuah benda atau alat komunikasi yang dijadikan media pendukung lainnya, selain menggunakan simbol-simbol. Media ini dapat membuat proses komunikasi dalam menyampaikan informasi jauh lebih mudah dan efektif walau jarak jauh sekalipun. Media ini seperti telepon, tv, radio, koran, *handphone*, dan masih banyak lainnya.

Proses komunikasi yang ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami bagaimana sebenarnya jalanya suatu komunikasi. Suatu pesan tidak mungkin bisa tersampaikan secara langsung namun, harus melalui proses didalamnya. Sehingga pesan tersebut dapat diterima dengan lebih baik dan pesan yang ingin disampaikan akan mendapatkan timbal balik yang sesuai. Maka sebaiknya dalam berkomunikasi setiap individu harus memperhatikan bagaimana proses komunikasi yang baik seharusnya berjalan.

2.2.1.5. Unsur Komunikasi

Komunikasi tentu saja memiliki unsur-unsur yang saling berhubungan satu sama lainnya. Jika tidak ada salah satu unsur tersebut maka akan mempengaruhi proses dari berjalannya komunikasi. Maka, tiap unsur komunikasi menjadi penting untuk berjalannya proses komunikasi yang dilakukan. Dengan adanya unsur komunikasi tersebut kita bisa melihat darimana pesan itu ada hingga efek apa yang ditimbulkan dari penyampaian pesan tersebut. Komunikasi dikatakan berhasil dengan adanya efek atau pengaruh setelah pesan berhasil disampaikan dari komunikator kepada komunikan.

Unsur-unsur komunikasi ini salah satunya dikatakan berdasarkan dari konsep komunikasi menurut Laswell yang disebutkan oleh (Mulyana, 2016) yang menuliskan bahwa

Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut *Who*

Says What In Which Channel To Whom With What Effect?"
atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada
Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana (2016:69)

Dari pengertian Laswell diatas dipaparkan kembali menjadi ada lima unsur penting yang ada pada komunikasi sehingga komunikasi berjalan dengan lebih baik, yang sebutkan oleh (Mulyana, 2016) sebagai berikut:

1. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara.
2. Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber tadi.
3. Saluran atau media yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal.
4. Penerima yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami.
5. Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. (2016:69-71)

Berdasarkan uraian tersebut, unsur-unsur komunikasi memiliki perannya masing-masing dalam konstruksi komunikasi. Kelima elemen tersebut saling berhubungan, artinya jika salah satu elemen tidak ada maka komunikasi tidak akan berjalan; jika elemen tersebut tidak ada maka komunikasi dapat berlangsung.

2.2.2. Media Sosial

2.2.2.1. Pengertian Media Sosial

Perkembangan media sudah sangat jauh berbeda dari dulu. Media-media yang membantu menyebarkan pesan ini seiring berjalannya waktu tentu mengalami perubahan. Dari bermula melalui media cetak seperti surat kabar lalu berubah ke media konvensional seperti radio dan tv, hingga akhirnya muncul pada saat ini media sosial. Media sosial adalah suatu media yang menyebarkan informasi secara online yang digunakan banyak orang, disana setiap orang bebas berinteraksi, berbagi informasi, mendapatkan informasi dan informasi ini sangat cepat untuk disebar luaskan.

Media sosial ini telah digunakan oleh banyak orang diseluruh dunia sehingga penggunaan dari media sosial ini sangat efektif guna menyebarkan pesan. Berkomunikasi menggunakan media sosial bisa dikatakan sebagai komunikasi massa, bisa dikatakan demikian karena proses dari komunikasi pada media sosial ini terdapat karakteristik dari komunikasi massa. Salah satunya proses komunikasi ini menyebarkan informasi bukan hanya untuk satu orang namun bisa untuk khalayak secara luas yang tersebar dimanapun.

Media sosial menurut pendapat Boyd yang dikutip oleh (Nasrullah, 2015) ia mengatakan bahwa Media sosial adalah seperangkat alat lunak yang bisa menjadikan

seseorang dan komunitas untuk bertemu, melakukan pertukaran, berinteraksi, dan dalam beberapa kesempatan dapat berkerjasama atau bermain dengan satu sama lain.

Media sosial pada saat ini adalah media yang paling dibutuhkan oleh setiap orang karena media sosial sudah sangat menjadi kebutuhan bagi setiap individu dalam berkomunikasi. Media sosial ini sangat memanfaatkan kemajuan dari teknologi komunikasi yang sangat bebas dan terbuka untuk siapa saja. Tentu melihat keadaan sekarang dengan keadaan tersebut menjadikan media sosial sangat beragam, salah satu media sosial yang paling sering digunakan pada saat ini adalah instagram.

2.2.2.2.Karakteristik Media Sosial

Media sosial pastinya memiliki karakteristik tersendiri yang berbeda dengan berbagai media lainnya yang menjadikanya lebih memiliki keunggulan. Media sosial yang merupakan media online memiliki banyak karakteristik yang sangat mempengaruhi bagaimana media ini digunakan dan mendukung para individu berinteraksi satu sama lain.

Dengan demikian, (Nasrullah, 2015) berpendapat media sosial mempunyai karakteristik tersendiri, yaitu:

1. *Network* (Jaringan) Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer dan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena jika komputer terhubung, komunikasi dapat terjadi, termasuk perpindahan data.

2. *Information* (Informasi) Informasi merupakan entitas penting dalam media sosial, karena pengguna media sosial membuat representasi identitas mereka berdasarkan informasi mereka, menghasilkan konten, dan berinteraksi.
3. *Archive* (Arsip) Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi karakter, yang menunjukkan bahwa informasi telah disimpan dan dapat diakses melalui perangkat apapun dan kapan saja.
4. Interaktivitas (*Interactivity*) Media sosial membentuk jaringan antar pengguna, yang tidak hanya memperluas hubungan antara teman atau pengikut (*followers*), tetapi juga harus dibangun melalui interaksi antar pengguna tersebut.
5. Simulasi sosial (*Social Simulation*) Media sosial memiliki peran sebagai media sosial di dunia maya. Media sosial memiliki karakteristik dan pola yang unik, yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dapat ditemukan di masyarakat nyata.
6. *User generated content* (konten buatan pengguna) sepenuhnya dimiliki dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC adalah hubungan simbiosis dalam budaya media baru, yang memberikan peluang dan fleksibilitas kepada pengguna. Ini berbeda dengan media lama atau tradisional, di mana audiens dibatasi pada objek atau target pasif dalam distribusi pesan.

Dari karakteristik diatas sangat menunjukan bahwa media sosial sangat banyak memiliki karakter yang sangat sesuai dengan apa yang dibutuhkan pada zaman sekarang. Media sosial memang salah satu wadah yang menyampaikan pesan secara cepat dan tepat. Dengan kefleksibilitasnya setiap orang bebas memilih media sosial yang ia akan gunakan, sehingga pesan bisa diterima oleh target yang ia inginkan.

2.2.2.3. Jenis Media Sosial

Seiring berjalanya waktu, tentu media sosial mengalami perkembangan yang membantu berjalanya suatu proses komunikasi. Melihat hal tersebut media sosial banyak bermunculan dan memiliki berbagai jenis dengan maksud dan tujuan yang berbeda. Jenis-jenis dari media sosial ini bisa dibilang salah satu bentuk dari banyaknya orang yang memang aktif dalam menggunakan media sosial dengan tujuan yang bermacam-macam.

Hal tersebut juga dikemukakan oleh (Nasrullah, 2015) bahwa jenis media sosial terdapat ada enam yang paling banyak digunakan, yaitu sebagai berikut:

1) Jejaring Media Sosial (Social Networking)

Jejaring media sosial ini adalah media yang paling digemari dan banyak digunakan oleh masyarakat. Media semacam ini merupakan sarana yang dapat digunakan pengguna untuk menjalin hubungan sosial, termasuk juga apa yang dihasilkan atau pengaruh dari berkomunikasi melalui media sosial tersebut. Fitur utama dari situs

jejaring sosial adalah setiap yang menggunakannya membentuk hubungan suatu pertemanan dengan sesama pengguna yang sudah mereka kenal, dan dapat bertemu satu sama lain secara tatap muka secara langsung atau juga membentuk jaringan pertemanan baru dengan orang asing yang baru dikenal. Contoh jejaring sosial yang paling sering digunakan yaitu *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter*.

2) *Blog* (Jurnal online)

Blog ini merupakan media sosial yang bisa membuat orang yang aktif menggunakannya menggugah kegiatan kehidupan mereka sehari-hari, saling berkomentar dan berbagi *link* situs *website* lainnya, pesan atau informasi lain. Awalnya blog ini adalah sebuah *website* pribadi yang berisi kumpulan link ke website lain yang memiliki daya tarik dan selalu baru setiap hari. Dalam perkembangannya, blog ini berisikan artikel atau jurnal yang ditulis secara pribadi yang ditulis oleh yang memiliki media, dan para penggunanya bisa mengisi kolom komentar. Bisa dikatakan bahwa, media sosial jenis ini dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu kategori beranda pribadi, yaitu pemilik menggunakan nama domainnya sendiri contohnya *.com* atau *.net* dan ada satu lagi yaitu yang melalui penggunaan halaman *weblog* gratis contohnya *wordpress* atau *blogspot*.

3) Jurnal online sederhana atau microblog (micro-blogging)

Hanya memiliki sedikit perbedaan dengan *blog*, *microblogging* adalah salah satu dari jenis media sosial yang memberikan fasilitas para penggunanya agar dapat membuat suatu tulisan dan menyebar luaskan tulisannya serta juga memberikan pandangannya. Salah satu media sosial *microblogging* yang banyak digemari dan banyak penggunanya yaitu *Twitter*.

4) *Media Sharing*

Situs berbagi media atau *media sharing* ini yaitu salah satu juga dari jenis media sosial yang membuat para penggunanya dapat melakukan kegiatan dalam hal penyebaran media, bisa seperti foto, video, dokumen dan banyak lainnya. *Media sharing* yang banyak digunakan yaitu seperti *Google Drive* atau *Youtube*.

5) *Social Bookmarking*

Social Bookmarking atau dalam bahasa Indonesia yaitu penanda sosial ini adalah sebuah jenis media sosial yang memang diperkerjakan untuk mengatur, mengelola, menyimpan dan melakukan pencarian tentang suatu informasi dan berita yang dilakukan secara *online*. Tentu mereka memang berisikan orang-orang yang aktif didalam media sosialnya tentang berbagi berita terikini dalam satu situs yang bisa digunakan ada seperti, *Digg.com*, *Reddit.com*.

6) Media konten bersama (*Wiki*)

Diketahui bahwa media konten bersama ini adalah salah satu situs yang kontennya merupakan hasil dari kerja sama yang dilakukan oleh para pengguna media ini. Hampir serupa seperti ensiklopedia atau pula kamus, wiki ini memberikan isi kepada penggunanya seperti ada penjelasan dari mulai pengertiannya, sejarahnya dan referensi buku atau bisa juga situs website mengenai apa yang penggunanya cari. Pada saat penggunaanya, hal-hal itu memang yang mengisinya pula adalah penggunanya, jadi memang ada kolaborasi dari semua pengguna *wiki* ini untuk berkontribusi dalam membuat suatu konten pada situs ini.

Jenis-jenis media sosial diatas pasti sudah banyak diketahui dan memang digunakan oleh sebagian besar pengguna media sosial. Jenis media sosial yang beragam ini tentu membuat banyak sekali informasi atau pesan yang berdatangan dan berbeda, dengan itu secara bijak penggunanya haruslah dapat memilih mana media yang tepat dan dapat dipercaya. Jenis dari media sosial ini sangat berbeda satu sama lain kegunaanya sehingga yang menggunakannya juga tentu berbeda-beda.

2.2.3. Instagram

2.2.3.1. Pengertian *Instagram*

Salah satu media sosial yang paling banyak diminati dan digunakan oleh sebagian besar orang diseluruh dunia yaitu *Instagram*. *Instagram* adalah suatu aplikasi berbagi gambar atau juga video yang bisa memungkinkan penggunanya mengunggah hasil dari foto atau videonya yang juga bisa ditambahkan filter atau efek digital yang mereka miliki, dan juga bisa berbagi unggahan tersebut dengan berbagai jenis jejaring sosial lainya dan tentu meliputi Instagram itu pula. Asal nama *Instagram* ini sendiri sebenarnya berdasarkan dari makna yang sesungguhnya atas fungsi dari aplikasi tersebut. Yang pertama, kata "*insta*" sendiri berawal dari kata "*instan*", yang hampir sama seperti kamera *Polaroid* yang biasanya disebut "foto instan" pada saat itu. Dimana aplikasi Instagram ini memang dapat menampilkan foto secara instan seperti foto yang dihasilkan *Polaroid*. Sedangkan yang kedua, terdiri dari kata "*gram*" yang bermula dari kata "*telegram*", dimana cara kerja dari telegram memang sebenarnya adalah dengan cepat mengirimkan informasi atau sebuah pesan kepada orang lain.

Gambar 2. 1. Logo Instagram



Sumber : <https://www.google.com> diakses pada 21 Juni 2021

Instagram dapat digunakan pada semua jenis *smartphone* seperti pada *iPhone*, *iPad* atau juga *iPod Touch* dengan sistem operasi *iOS* 3.1 atau lebih tinggi dan *smartphone* seperti *Android* dengan sistem operasi 2.2 (*Froyo*) atau lebih tinggi. Aplikasi didistribusikan dan di install melalui aplikasi seperti *Apple App Store* dan *Google Play Store*. Cara dari bersosialisasi di Instagram adalah dengan saling mengikuti akun pengguna Instagram lainnya, yang biasanya disebut *followers* atau *following*. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan para pengguna Instagram dapat terjalin dengan cara saling menyukai dengan menekan tanda *love* dan saling memberikan komentar dikolom komentar yang ada pada foto unggahan para pengguna Instagram ini.

Sudah diketahui dari pengertianya tujuan utama *Instagram* adalah mengunggah dan berbagi foto dengan pengguna lain. Tapi selain foto tentu terdapat pesan yang ingin disampaikan dari foto atau video yang diunggah tersebut. Dengan

melihat hal tersebut ide-ide dari unggahan yang ada di *Instagram* tentu sangat bebas dan beragam. Dengan kebebasan tersebut maka siapapun dapat mem-*posting* unggahan dengan tujuan informasi yang berbeda, hal inilah salah satu alasan mengapa *Instagram* memiliki daya tarik sendiri karena selain tulisan disana kita juga disugahi visual yang menarik untuk dilihat lebih lanjut. Dengan ketenaran *Instagram* ini menjadi ajang bagi berbagai akun media sosial saling memberikan informasi dan edukasi melalui media ini.

2.2.3.2. Fitur Instagram

Instagram tentu dapat menjadi sangat terkenal dan digunakan oleh banyak orang karena fitur-fiturnya yang menarik. Fitur *instagram* ini selain berbeda dari yang lain tentu memiliki keunggulannya sendiri sehingga para penggunanya lebih nyaman dan bebas berbagi informasi dan berinteraksi satu sama lain. Dan berikut adalah beberapa fitur-fitur yang ada di *Instagram*:

1. Unggahan Foto dan Video

Salah satu tujuan utama *Instagram* adalah mengunggah serta berbagi foto dan video dengan para pengguna lainnya. Para pengguna *Instagram* dapat mengunggah foto dan video ini dengan menggunakan fitur kamera yang ada atau mengambilnya dari galeri *smartphone*-nya. Dengan cara ini pengguna lainnya baik yang saling mengikuti atau tidak dapat melihat foto atau video yang telah diunggah. Dan para pengguna bisa menambahkan *caption* pada unggahannya, lalu bisa memberikan *tag*

username instagram orang yang ada pada foto atau video tersebut. Selain itu dalam sekali unggah para pengguna bisa langsung mengunggah foto atau video hingga 10 slide dan video yang berdurasi 1 menit jika melebihi 1 menit video bisa diunggah ke *IGTV*.

2. *Followers* dan *Following*

Cara dari bersosialisasi di Instagram adalah dengan saling mengikuti akun pengguna Instagram lainnya, yang biasanya disebut *followers* atau *following*. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan para pengguna Instagram dapat terjalin dengan cara saling menyukai dengan menekan tanda *love* dan saling memberikan komentar dikolom komentar yang ada pada foto unggahan para pengguna Instagram ini.

3. Kamera

Salah satu fitur Instagram adalah dapat mengambil foto melalui aplikasi *Instagram* yang bisa disimpan di *smartphone* yang dimiliki penggunanya. Foto-foto yang telah diambil dengan kamera di Instagram ini, bisa langsung disunting dengan berbagai efek yang dimiliki Instagram sesuai dengan keinginan para pengguna. Jumlah foto yang diunggah lewat Instagram tidak terbatas pada angka tertentu, tetapi rasio ukuran foto Instagram adalah 3: 2 dan untuk video berdurasi satu menit. *Setting* bisa diatur sesuai keinginan masing-masing pengguna.

4. *Instagram Story*

Instagram Story ini adalah salah satu fitur yang membuat aplikasi ini lebih menarik dan banyak digunakan pada saat ini. Dengan fitur ini para pengguna bisa membagikan dan mengabadikan kegiatannya sehari-hari dengan foto atau video yang berdurasi selama 15 detik, yang hanya bisa dilihat selama 24 jam saja. Pada fitur ini juga terdapat banyak fitur-fitur menarik didalamnya seperti *boomerang*, *create*, *layout*, *mute-capture*, *level*, *superzoom*, *hands-free*, *photobooth* dan yang paling menarik adalah bisa melakukan *live*. Pada *instagram story* ini tentu bisa dilihat oleh siapapun dan dapat berbagi informasi dan berinteraksi satu sama lain salah satunya dengan adanya *fitur reply*, *question box*, *polling*, *quiz* dan *countdown*. Dan untuk membuatnya lebih menarik mereka menghadirkan filter-filter yang bisa dibuat oleh para pengguna *instagram* dan menggunakan *gif* serta dapat menyantumkan *username* pengguna lainnya.

2.2.3.3. Manfaat Penggunaan *Instagram*

Sebagai salah satu media sosial yang besar dan memiliki pengguna yang berada diseluruh dunia tentu *Instagram* memiliki dampak-dampak yang ditimbulkan dari penggunaannya. Dampak penggunaan *Instagram* ini menunjukkan kelebihan *instagram* sebagai suatu media sosial dan inilah manfaat dari penggunaan *instagram*:

1. Dijadikan Peluang Bisnis

Dengan banyaknya pengguna Instagram hal ini dapat dijadikan kesempatan untuk para pembisnis untuk berjualan dan mempromosikan bisnisnya. Instagram saat ini memanglah media yang paling tepat untuk memulai bisnis, dengan pemasaran yang tepat di instagram maka peluang kesuksesan bisnis akan sangat besar ditambah sudah banyaknya influencer di Instagram yang dapat membantu mempromosikan bisnis tersebut sehingga akan makin mudah dikenal.

2. Media Kreatif

Tentu saja Instagram merupakan salah satu media kreatif dimana pada platform ini semua orang bebas mengekspresikan dirinya. Hal ini bisa ditunjukkan melalui unggahan para penggunanya bisa menunjukan bakat, hasil karya dan banyak lainnya. Media kreatif ini merupakan salah satu fungsi instagram sebagai media yang menghibur para penggunanya, dari media kreatif ini bisa dijadikan sebagai wadah baru untuk bakat-bakat yang terpendam diluaran sana.

3. Menambah dan Menjalin Relasi

Dengan adanya media sosial kita bisa bebas berkenalan dengan banyak orang diberbagai tempat secara luas. Hal ini bisa dijadikan untuk menambah relasi yang bisa menguntungkan juga selain itu, menjalin relasi dengan teman-teman lama juga bisa dilakukan. Berinteraksi dengan lingkungan sekitar melalui Instagram adalah salah satu cara

bersosialisasi paling mudah pada saat ini dengan dibantu fitur-fitur Instagram yang semakin berkembang.

4. Media penyebaran informasi dan edukasi

Sebagai media massa tentu fungsi sebagai penyebar informasi dan memberi edukasi bisa dilakukan di Instagram. Sebagian besar orang memang mencari informasi terbaru melalui media ini, banyak juga terdapat akun-akun berita yang aktif di Instagram. Dan banyak pula akun-akun yang memberikan berbagai edukasi dan informasi tentang berbagai hal yang bermanfaat bagi para pengguna Instagram.

5. Tempat membangun citra

Instagram biasanya digunakan para penggunanya sebagai tempat mereka membentuk suatu citra. Hal ini ditunjukkan dengan unggahan apa saja yang diperlihatkan oleh orang tersebut. Sebagai media yang sudah besar biasanya akun seseorang di Instagram sangat diperhatikan, semakin banyak seseorang itu mengunggah hal-hal positif dan baik semakin orang lain melihatnya dengan baik sehingga citra orang tersebut bisa dinilai dari media sosialnya.

2.2.4. Feminisme

2.2.4.1. Pengertian Feminisme

Ketika mendefinisikan feminisme, tentu masih banyak berbagai pandangan tentang hal tersebut karena feminisme tidak memiliki konsep dan landasan teoritis

yang tunggal, sehingga definisi dari feminisme ini selalu berubah sesuai dengan realitas sosial dan budaya yang berlaku. Baik secara latar belakang, tingkat kesadaran, persepsi dan tindakan itu dilakukan oleh para feminisme sendiri. Feminisme sendiri berasal dari bahasa latin yaitu "*femina*" yang berarti perempuan.. Kata tersebut akhirnya digunakan atau dijadikan berbagai bahasa di dunia. Feminin dan maskulin sendiri dipakai untuk membedakan antara gender atau jenis kelamin dan psikologis antara kaum pria dan wanita. Dalam hal ini, istilah feminisme lebih dekat kaitanya dengan seorang perempuan karena bersifat feminim, begitulah biasanya menjelaskan feminisme sebagai gerakan sosial bagi perempuan.

Dalam masyarakat sebenarnya perkembangan sosial perempuan bisa dibilang kurang mendapatkan perhatian. Terutama biasanya masyarakat mayoritas lebih memiliki pandangan yang mengarah pada patriarki atau yang artinya memandang pria sebagai sosok yang lebih dihormati ada dalam semua aspek kehidupan yang ada. Pada sejarahnya pemikiran-pemikiran feminisme memiliki kesulitan dan banyak campur tangan didalamnya sendiri sehingga banyak menimbulkan pendapat-pendapat dari berbagai ahli. Pada saat yang sama, menurut Yunahar Ilyas, feminisme adalah kepekaan dengan adanya ketidakadilan pada gender yang mempengaruhi para perempuan dalam keluarga dan masyarakat. Pria dan wanita secara sadar mengambil tindakan untuk menyetarakan keadaan yang mengacu pada hal tersebut. Feminisme adalah gerakan yang hadir untuk menuntut hak laki-laki dan perempuan memiliki kesamaan jadi tidak selamanya gerakan ini dilakukan para perempuan namun laki-

laki juga. Maggie Humm juga menunjukkan bahwa feminisme adalah ideologi yang membebaskan Perempuan, karena keyakinan yang melekat pada semua metode mereka adalah bahwa perempuan mengalami perlakuan tidak adil sebagai akibatnya jenis kelaminnya

Pengertian feminisme dapat berubah dikarenakan oleh pemahaman atau pandangan para feminisme yang didasarkan atas realita secara historis dan budaya, serta tingkat kesadaran persepsi dan perilaku. Bahkan diantara perempuan dengan jenis-jenis yang hampir mirip terdapat perbedaan pendapat dan perdebatan 9 mengenai pemikiran feminisme, sebagian didasarkan atas alasan (misalnya akar kebudayaan) patriarki dan dominasi laki-laki, dan sampai resolusi final atas perjuangan perempuan akan non-eksploitasi lingkungan, kebebasan kelas, latar belakang, ras, dan gender.

2.2.4.2. Aliran-aliran Feminisme

Feminisme tentu gerakan yang sudah pasti meluas diseluruh dunia , sehingga gerakan ini tentu memiliki banyak sekali sudut pandang yang menciptakan aliran-aliran baru mengenai gerakan ini. Aliran-aliran tersebut diketahui sebagai berikut :

1) Feminisme Liberal

Gerakan ini hadir diawal abad ke-18 yang ditandai dengan lahirnya Zaman Pencerahan. Zaman ini hadir yang berisikan tuntutan mengenai kebebasan dan kesetaraan dalam pendidikan, serta reformasi hukum yang diskriminatif.

Landasan pemikiran mereka adalah sudut pandang rasionalis dan pemisahan ruang privat dan ruang publik, sehingga feminisme liberal dapat memperjuangkan kesempatan yang sama bagi semua orang, termasuk perempuan.

2) Feminisme Marxis Tradisional

Gerakan ini didasari oleh teori Marxis, pengikutnya memperjuangkan perlawanan terhadap sistem sosio-ekonomi yang mengeksploisasi para perempuan. Penindasan yang dilakukan terhadap perempuan merupakan bagian dari penindasan kelas dalam sistem produksi. Dengan suksesnya penggulingan sistem kelas oleh revolusi proletar, penindasan terhadap perempuan diperkirakan akan lenyap.

3) Feminisme Radikal

Gerakan ini mengacu pada konsep esensialisme biologis yang berarti konsep ini mempercayai bahwa yang berhubungan dengan perilaku seorang laki-laki terhadap perempuan itu bermakna negatif dan merugikan. Para pendukung aliran ini juga menolak hal-hal mengenai keluarga baik dalam teori dan praktik.

4) Feminisme Sosialis

Gerakan ini merupakan gabungan dari gerakan feminisme radikal dan marxis, seperti yang diketahui fokus aliran ini seperti bagaimana seorang perempuan dieksploitasi dengan dua cara, yaitu dengan adanya gerakan patriarki dan kapitalis.

5) Ekofeminisme

Gerakan memiliki fokus pada analisis dan kritik keras terhadap aliran feminisme modern lainnya (liberalisme, radikalisme, Marxisme dan Sosialis), karena ini bukan hanya penyebab ketidakadilan gender. Tidak hanya dipengaruhi oleh konstruksi sosial dan budaya, tetapi juga oleh faktor internal.

6) Gerakan Wanita Dunia Ketiga

Gerakan ini dimulai oleh para perempuan yang berasal dari Dunia Ketiga atau para pejuang dari negara terjajah. Situasi rumit perempuan pasca kolonialisme membuat gerakan ini menjadi kenyataan. Memprioritaskan hal-hal yang dilakukan, seperti imperialisme, penindasan nasional, kelas, etnis, dan ras. Strateginya adalah membangun aliansi kekuatan perlawanan dan bertarung melawan penindas yang dilakukan oleh para penjajah. (Purwanti, 2009)

Melihat aliran-aliran dari gerakan feminisme yang sudah ada tersebut memberikan pemahaman bahwa, memperjuangkan kesetaraan gender yang dilakukan para feminisme memerlukan waktu yang lama, terlepas dari keinginan orang lain ataupun bersandar pada yang sudah ada. Bagi para pejuang gerakan ini, feminisme adalah konsep yang dapat berubah secara bertahap sesuai keadaan yang ingin diperjuangkan, sebagaimana pemahaman dan perlakuan gerakan ini diharapkan memiliki hasil yang dapat berdampak terhadap seluruh masyarakat.

2.2.4.3. Gerakan Feminisme di Indonesia

Gerakan feminisme di Indonesia muncul dengan adanya pengaruh dari berbagai keadaan sejarah perjuangan bangsa Indonesia, program pembangunan nasional, dan juga gerakan reformasi ditambah dengan kehidupan keagamaan masyarakat Indonesia. Selain itu pengaruh penting lainnya adalah perkembangan teknologi informasi dan disertai adanya globalisasi pada saat ini. Kondisi inilah, yang pada akhirnya memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai pergerakan feminisme di Indonesia. Berikut Gerakan feminisme di Indonesia:

1. Sejarah Masa Kolonial (akhir abad 19 awal abad 20)

Hampir disetiap penjuru Indonesia kita dapat jumpai tokoh-tokoh perempuan yang hadir untuk membela hak rakyat Indonesia. Perhatian utama mereka bukan hanya semata-mata membela kaumnya saja tetapi juga melakukan perjuangan bersenjata untuk melawan Belanda seperti dilakukan oleh Cut Meutia dari Aceh, di Maluku Martha Tiahahu membantu Pattimura dan ada juga Roro Gusik di Jawa sebagai istri Untung Surapati. Selanjutnya pada Tahun 1879-1904, sejarah gerakan feminisme di Indonesia dipelopori oleh RA Kartini. Pada Tahun 1912, organisasi perempuan yang pertama kali muncul dalah Poetri Mardika. Organisasi ini saling berkaitan dengan Organisasi Nasional pertama Boedi Oetomo (1908). Setelah adanya organisasi Poetri Mardika, lalu muncullah perkumpulan perempuan lainnya bernama Putri Sejati dan

Wanita Utama. Lalu selain itu ada juga organisasi Sarekat Rakyat yang bergerak demi adanya peningkatan upah serta kondisi yang baik bagi para perempuan. Tahun 1928-1930 mulai banyak organisasi perempuan yang bermunculan, setidaknya terdapat 30 organisasi yang bermunculan pada saat itu, diantaranya Persatoean Perempuan Indonesia (PPI) yang menyuarakan reformasi pendidikan dan reformasi perkawinan.

2. Pendudukan Jepang (1942)

Pada masa ini terdapat Organisasi Serikat Rakyat Istri Sedar yang merupakan suatu organisasi yang sebenarnya ditunggangi oleh pemerintah Jepang yang menyuarakan suatu kecaman terhadap politik yang dilakukan oleh pemerintah kolonial Belanda, anti kapitalisme serta perbaikan dari nasib kaum perempuan proletar. Pada masa juga telah dibentuk organisasi Fujinkai, yang bertujuan untuk memberantas buta huruf dan lebih berorientasi pada pekerjaan sosial

3. Masa Belanda 1946-1949.

Adanya Kongres Wanita Indonesia, yang menyuarakan kesetaraan upah bagi perempuan, adanya perbaikan hukum perkawinan serta pendidikan untuk perempuan. Wanita Indonesia harus membantu Indonesia Merdeka, bergabung dengan pasukan bersenjata dan ikut perang gerilya. Belanda dikalahkan pada tahun 1949.

4. Pasca Kemerdekaan (Orde Lama Tahun 1950)

Organisasi wanita secara perlahan mulai berguguran, disisi lain muncul organisasi baru yaitu GERWANI (Gerakan Wanita Indonesia). Organisasi ini tersebar di berbagai kegiatan masyarakat seperti. Organisasi ini menyuarakan : *“sukseskan pemilu, anti perkosaan, peningkatan kesadaran perempuan tani, berantas buta huruf, hukuman berat bagi pemerkosa dan penculikan, kegiatan sosek bagi kaum perempuan, pendidikan masalah politik, kesehatan, dan monogami.”*

5. Masa Orde baru

Pada era ini organisasi masa mengalami pengekanan hingga tahun 1968. Tahun 1966 hingga 1970 terjadi pembersihan PKI. Satusatunya organisasi yang hidup adalah Perwari. Kemudian 1978 Perwari dilebur kedalam Golkar. Pada tahun inilah hilang organisasi wanita yang bersifat independent. Organisasi ini mendapat bantuan dari pemerintah baik politik maupun praktis, memperoleh berbagai kemudahan transportasi, kantor, keuangan dsb. Akhirnya timbul suatu image dimana pemerintah menggambarkan menguasai hampir seluruh masalah yang berkaitan dengan organisasi perempuan.

6. Era Reformasi

Runtuhnya Orde Baru yang telah menyuburkan korupsi, kolusi dan nepotisme yang bertahan selama 32 tahun telah membawa implikasi dan krisis yang bersifat multidimensi. Demokrasi yang datang ditengah hiruk pikuknya globalisasi telah memunculkan berbagai problematika yang kompleks. Problematika yang mendasar dan paling dirasakan masyarakat banyak adalah keterpurukan ekonomi. Dalam era reformasi, munculnya berbagai organisasi wanita yang membangkitkan kembali para reformis wanita seperti tahun 1930-an yang tidak saja membela kaumnya sendiri, melainkan juga membela dan memikirkan nasib masyarakat marjinal, berbagai organisasi LSM yang membela rakyat kecil. (Djoeffan, 2001)

Dilihat dari sejarah diatas perjalanan feminisme di Indonesia hingga saat ini tidaklah mudah, banyak hal yang harus terus diperjuangkan hingga saat ini. Perempuan Indonesia kini berada dalam suatu era transisi kebudayaan, ia memiliki peran ganda yang tidak ringan. Ia harus dapat berhati-hati menentukan posisi dan perannya, hingga dalam melakukan kegiatannya hendaknya tidak menjadi korban berbagai kepentingan individu maupun kelompok. Dengan adanya media sosial diharapkan Gerakan feminisme saat ini lebih mudah untuk dijalankan.

2.2.4.4. @Indonesiafeminis

Akun *instagram* @Indonesiafeminis merupakan salah satu akun sosial media *instagram* yang aktif dalam membuat dan mengunggah konten literasi tentang

feminisme serta menjadi salah satu tempat untuk berdiskusi mengenai feminisme di instagram. Konten-konten yang dibuat oleh di akun @indonesiafeminis merupakan konten yang dapat dikonsumsi bagi para pengguna instagram tanpa ada batasan. Sehingga tentu konten literasi tentang feminisme pada akun ini cukup menarik banyak followers di instagram.

Gambar 2. 2. Logo @Indonesiafeminisme



Sumber : <http://indonesiafeminisme.com/> diakses pada 21 Juni 202

Akun @Indonesiafeminisme di *instagram* sendiri telah memiliki *followers* mencapai 114 ribu *followers* (Diakses pada 27 Mei 2021, pukul 22.56 WIB) ini menandakan eksistensinya sebagai media literasi tentang feminisme tentu tidak diragukan lagi. Akun ini dibentuk dengan sebuah tujuan yaitu “Melawan patriarki melalui pengumpulan sumber literasi dan mempromosikan serta mengutamakan keberagaman seksualitas dan gender serta kesadaran kelas”. Dari tujuan tersebut bisa diketahui bahan akun @indonesiafeminisme ini hadir sebagai media literasi dan informasi bagi para aktivis feminisme di Indonesia.

Gambar 2. 3. Instagram @Indonesiafeminisme



Sumber : <https://www.instagram.com/indonesiafeminisme/> diakses pada 23 Juni 2021

Akun ini pertama kali dibuat pada tanggal 2 Mei 2016 di Indonesia, bisa dibbilang akun ini sudah cukup lama eksis di dunia instagram. Akun ini telah memposting sebanyak 5.689 konten (Diakses pada 27 Mei 2020, pukul 22.56 WIB). Akun ini memiliki mayoritas pengikut adalah tentunya seorang perempuan namun tidak sedikit juga para laki-laki penggiat feminisme yang mengikuti akun ini. Diketahui juga sekitar 51% pengikutnya juga merupakan pengikut dari Najwa Shihab seorang *news anchor* yang sangat terkenal di Indonesia dan kenal sebagai seorang yang aktif dalam dunia feminisme di Indonesia.

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah suatu proses yang rumit yang berdasarkan data-data yang dimiliki oleh indra yang akan yang dilakukan oleh seorang individu dengan menseleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan rangsangan kesan sensorik pada pengalaman terdahulunya yang menghasilkan suatu pandangan atau pengertian atas sesuatu. Persepsi di KBBI Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki artian tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu, yang atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indera yang dimilikinya.

Persepsi adalah suatu bentuk komunikasi, dan interpretasi adalah inti dari persepsi, yang sama dengan pengkodean balik (*decoding*) dalam proses komunikasi.. Hal ini jelas tampak di jelaskan di pengertian persepsi menurut Rudolph F. Verderber:

“Persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada diluar sana” (Mulyana, 2004, h.180).

Menurut Riswandi dalam bukunya Psikologi Komunikasi Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*). Persepsi mencakup penginderaan (sensasi) melalui alat-alat/panca indera (mata, telinga, hidung, kulit dan lidah), atensi dan interpretasi.

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Karena sensasi adalah bagian dari persepsi

Persepsi disebut esensi komunikasi, karena jika persepsi kita salah, kita tidak dapat berkomunikasi secara efektif, yaitu persepsi yang menentukan pilihan kita atas suatu informasi dan mengabaikan informasi lainnya. Semakin tinggi kesamaan konseptual antar individu, semakin sedikit dan lebih sering pertukaran mereka, dan akibatnya, semakin besar kemungkinan mereka akan membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi setiap manusia terhadap stimulus tentu memiliki keberagaman karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut. David Krech dan Richard S. Crutchfield memiliki pendapat yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat, menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor fungsional dan faktor struktural. Dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor Fungsional

Faktor ini merupakan faktor yang didasari dari adanya kebutuhan, pengalaman dari masa lalu ataupun hal lainnya yang bisa

dikatakan sebagai faktor personal. Faktor fungsional ini menentukan bagaimana persepsi sebagai objek yang memenuhi tujuan dari seorang individu yang melakukan persepsi. Persepsi disimpulkan melalui karakteristik seseorang yang memberikan respon terhadap stimulus yang ia rasakan.

2. Faktor Struktural

Faktor ini memiliki arti sebagai faktor-faktor yang didasari oleh sifat stimulus fisik terhadap efek-efek dari syaraf yang ditimbulkan kepada system syaraf manusia. Faktor struktural ini dapat menentukan bagaimana kita dapat memahami suatu peristiwa tanpa meneliti faktor-faktor secara terpisah namun dapat memandangnya secara hubungan yang menyeluruh.

Dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi persepsi didasari dari dua hal. Yang pertama berdasarkan seorang individu tersebut sebagai pelaku persepsi, target bahkan sebagai objek persepsi itu sendiri. Selain itu persepsi dapat dipengaruhi juga oleh faktor seperti kebutuhan dan pengalaman yang terjadi masa lalu serta faktor-faktor yang bisa dilihat secara menyeluruh.

Persepsi dapat membantu seseorang untuk menyadari dan mengerti tentang bagaimana situasi pada lingkungannya dan juga mengenai keadaan diri dari seseorang tersebut.. Menyadari mengenai hal tersebut, kita memiliki kesadaran tentang stimulus dapat datang dari berbagai sumber manapun. Bisa dikatakan bahwa, stimulus ini

dapat muncul berkat adanya rangsangan dari luar individu, tetapi juga dapat muncul dari dalam diri individu itu sendiri.

2.3.3. Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi dapat terjadi tentu dengan adanya proses-proses yang harus dilalui oleh seorang individu. Menurut Gibson proses persepsi seorang individu berawal dari adanya pengaruh realita organisasi kerja yaitu berupa stimuli seperti adanya system, imbalan organisasi, alur kerja dan hal lainnya yang selanjutnya akan diproses menjadi suatu persepsi yang melalui tahap observasi terhadap stimuli yang telah diterima oleh panca indra. Dan dengan memperhatikan faktor lain yang mempengaruhi persepsi seperti stereotip, selektivitas dan konsep diri yang akhirnya dari hal tersebut dapat memunculkan suatu perilaku yang responsif dan sikap terhadap hal tersebut.

Proses persepsi bisa dikatakan diawali dengan stimulus yang mengenai alat indra atau bisa disebut proses fisik. Dari stimulus yang diterima oleh indra diteruskan oleh syaraf menuju otak dan hal ini disebut sebagai proses fisiologis. Didalam otak terjadi lagi selajutnya proses sebagai kesadaran sehingga individu dapat sadar akan apa yang telah dilihat, didengar ataupun diraba. Proses yang terjadi didalam otak ini disebut sebagai proses psikologis. Dan proses yang terakhir dari proses persepsi adalah bagaimana seorang individu dapat menyadari tentang apa yang telah ia lihat, dengar ataupun raba bisa dikatakan stimulus yang ia terima lewat panca indranya. Dari keseluruhan tersebut akhirnya invidu sudah melalui proses akhir dari sebuah persepsi yang sebenarnya.

2.3.4. Persepsi Kenneth K. Sereno, Edward M. Bodaken, Judy C. Pearson dan Paul E. Nelsen

Persepsi dapat diartikan sebagai suatu pengetahuan seorang individu tentang suatu hal yang sudah pernah ia rasakan melalui pancaindranya. Sehingga dalam membentuk suatu persepsi terdapat banyak factor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Kenneth K. Serono dan Edward M. Bodaken persepsi diartikan sebagai sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita. Persepsi (*perception*) adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Point utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa diartikan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyajian-balik (decoding) dalam proses komunikasi.

Menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar yang ditulis oleh Deddy Mulyana menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas yaitu:

1. Seleksi
2. Organisasi

3. Interpretasi.

Seleksi disini memiliki cakupan terhadap sensasi dan atensi, sedangkan pada organisasi melekat pada interpretasi, yang memiliki pengertian yaitu dimana menghubungkan suatu rangsangan dengan rangsangan lainnya sehingga menghasilkan suatu kesatuan yang memiliki makna.

Menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E, yang telah dikutip oleh Dedy Mulayana, dikatakan bahwa persepsi memiliki dimensi yang dibagi menjadi 3 bagian yaitu Sensasi, Atensi dan Interpretasi. Dari dimensi-dimensi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sensasi merujuk pada alat-alat penginderaan yang dimiliki manusia seperti indra perasa, indra peraba, indra penciuman, indra pendengaran dan indra penglihatan. Sensasi yang dirasakan ini dapat mengirimkan suatu pesan yang ke otak melalui penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecapan. Segala macam rangsangan yang diterima akhirnya dapat dikirimkan ke otak untuk diolah menjadi sebuah pesan. Otak kita dapat menerima dua per tiga pesan yang diolah dari rangsangan visual yaitu melalui indra penglihatan dan pendengaran karena indra ini bisa dikatakan paling penting untuk menyampaikan pesan ke otak.
2. Atensi sendiri tidak dapat dihindari karena sebelum kita menafsirkan atau merespon suatu kejadian atau rangsangan darimanapun, kita pasti terlebih dahulu dapat memperhitungkan mengenai kejadian atau rangsangan tersebut.

Dapat diartikan bahwa persepsi mensyaratkan bagaimana kehadiran suatu objek tertentu untuk dipersepsi termasuk juga orang lain dan bisa juga diri sendiri. Dalam beberapa contoh, rangsangan yang dapat menarik perhatian seseorang itu cenderung lebih dianggap penting daripada yang tidak menarik perhatian seseorang tersebut.

3. Interpretasi merupakan suatu informasi yang kita dapatkan melalui salah satu ataupun lebih dari indra kita, bisa dikatakan ini adalah sebuah cara bagaimana seseorang dapat memahami suatu objek dari apa yang diterima oleh indra tersebut. Tetapi seseorang tidak dapat menginterpretasikan makna dari setiap informasi dari sebuah objek secara langsung. Hal ini bisa dibantu dari pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi dan bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya.

2.4.Kerangka Pemikiran

Berkaitan dengan topik permasalahan yang diangkat pada penelitian ini yang mengenai Persepsi Mahasiswa Mengenai Gerakan Feminisme. Maka penelitian ini sudah seharusnya memiliki suatu tolak ukur. Hal ini dapat berupa suatu kajian yang dapat digunakan untuk mengetahui mengenai persepsi secara lebih mendalam.

Persepsi dianggap penting karena dikatakan sebagai inti dari suatu komunikasi. Dapat dikatakan demikian karena komunikasi yang dilakukan di kehidupan manusia sehari-hari dapat menampilkan persepsi terhadap dunia nyata. Persepsi dapat diartikan sebagai suatu pengetahuan seorang individu tentang suatu hal

yang sudah pernah ia rasakan melalui pancaindranya. Sehingga dalam membentuk suatu persepsi terdapat banyak factor-faktor yang mempengaruhinya.

Persepsi disebabkan oleh dua faktor, internal dan eksternal. Faktor internal bergantung pada proses memahami sesuatu, termasuk sistem, nilai, tujuan, keyakinan, dan reaksi terhadap hasil yang diperoleh. Faktor eksternal berupa lingkungan. Kedua faktor tersebut menghasilkan persepsi karena memiliki proses yang disebut komunikasi sebelumnya. Persepsi adalah proses kognitif kompleks yang menghasilkan gambaran unik tentang realitas yang mungkin berbeda dari realitas. Sebagai dasar pemecahan masalah yang diangkat oleh peneliti, diperlukan kerangka ideologis berupa teori atau pendapat ahli. Teori atau pendapat tersebut tidak diragukan lagi benar, yaitu teori untuk memahami hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang berlangsung saat ini diserahkan kepada para peneliti.

Definisi persepsi menurut Kenneth A. Sereno dan Edward M. Bodaken, persepsi adalah sarana yang memungkinkan seseorang memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan seseorang. Kenneth A. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktifitas, yaitu : seleksi, organisasi, dan interpretasi. Yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat di definisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna.”

Menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E, yang telah dikutip oleh Dedy Mulayana, dikatakan bahwa persepsi memiliki dimensi yang dibagi menjadi 3 bagian yaitu Sensasi, Atensi dan Interpretasi. Dari dimensi-dimensi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

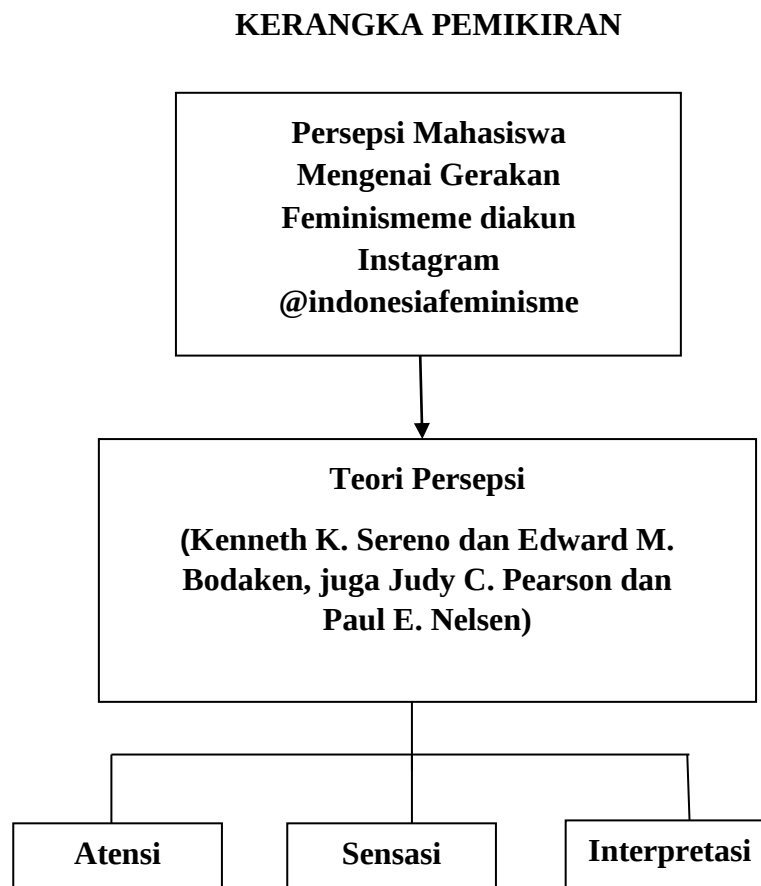
1. Sensasi merujuk pada alat-alat pengindraan yang dimiliki manusia seperti indra perasa, indra peraba, indra penciuman, indra pendengaran dan indra penglihatan. Sensasi yang dirasakan ini dapat mengirimkan suatu pesan yang ke otak melalui penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecapan. Segala macam rangsangan yang diterima akhirnya dapat dikirimkan ke otak untuk diolah menjadi sebuah pesan. Otak kita dapat menerima dua per tiga pesan yang diolah dari rangsangan visual yaitu melalui indra penglihatan dan pendengaran karena indra ini bisa dikatakan paling penting untuk menyampaikan pesan ke otak.
2. Atensi sendiri tidak dapat dihindari karena sebelum kita menafsirkan atau merespon suatu kejadian atau rangsangan darimanapun, kita pasti terlebih dahulu dapat memperhitungkan mengenai kejadian atau rangsangan tersebut. Dapat diartikan bahwa persepsi mensyaratkan bagaimana kehadiran suatu objek tertentu untuk dipersepsi termasuk juga orang lain dan bisa juga diri sendiri. Dalam beberapa contoh, rangsangan yang dapat menarik perhatian seseorang itu cenderung lebih dianggap penting daripada yang tidak menarik perhatian seseorang tersebut.

3. Interpretasi merupakan suatu informasi yang kita dapatkan melalui salah satu ataupun lebih dari indra kita, bisa dikatakan ini adalah sebuah cara bagaimana seseorang dapat memahami suatu objek dari apa yang diterima oleh indra tersebut. Tetapi seseorang tidak dapat menginterpretasikan makna dari setiap informasi dari sebuah objek secara langsung. Hal ini bisa dibantu dari pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi dan bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya.

Persepsi juga bisa diartikan sebagai suatu hal yang dapat dirasakan oleh indra diikuti dengan adanya suatu pengalaman dari sebuah peristiwa yang sedang terjadi dan terdapat sebuah pesan, seperti alat indra kita merasakan lingkungannya.

Dari apa yang telah disampaikan diatas sebelumnya, maka proses suatu persepsi dapat melalui sensasi, atensi dan interpretasi yang didapatkan oleh seseorang. Hal ini disimpulkan dengan menggunakan teori Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelsen yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis dalam melakukan analisis penelitian ini. Teori dan konsep tersebut dapat digambarkan menjadi sebuah began kerangka pemikiran, yaitu sebagai berikut.

Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti 2021