

## Potret Stereotip Perempuan di Media Sosial

Sukma Ari Ragil Putri

Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Tulungagung  
[sukmaariragilputri@gmail.com](mailto:sukmaariragilputri@gmail.com)

### *Abstract*

*Social media has developed into a medium for the distribution of dominant ideologies prevailing in society, including dominant gender ideologies. Women are dominated by men through stereotypes in social media uploads, one of which is the Instagram account of @zoyalovers. This study attempts to picture the stereotyped forms of women on social media by using Roland Barthes' Semiotics analysis to interpret pictures that uploaded by @zoyalovers Instagram account, with denotation, connotation, and myth concept. The concept of power practice from Teun A. van Dijk is also used to analyze the dominant power practice in social media. As a result, the practice of dominant gender ideology power still occurs in social media with a concept that is an extension of the practice of power that occurs in society. In addition, the Instagram account @zoyalovers has displayed resistance trying to reject the dominant gender ideology with some of its posts.*

**Keywords:** *media, gender, stereotype*

### **Abstrak**

Media sosial telah berkembang menjadi medium persebaran ideologi dominan yang berlaku di masyarakat, termasuk ideologi gender dominan. Perempuan didominasi oleh laki-laki melalui stereotipisasi pada unggahan-unggahan di media sosial salah satunya pada akun Instagram @zoyalovers. Penelitian ini berusaha untuk memotret bentuk-bentuk stereotipisasi perempuan di media sosial dengan menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes untuk memaknai unggahan di akun Instagram @zoyalovers dengan menggunakan makna denotasi, konotasi, dan mitos. Konsep praktik kekuasaan dari Teun A. van Dijk digunakan untuk menganalisis praktik kekuasaan dominan yang ada di media sosial. Hasilnya, praktik kekuasaan ideologi gender dominan masih terjadi di media sosial dengan konsep yang merupakan perpanjangan dari praktik kekuasaan yang terjadi di masyarakat. Selain itu, akun Instagram @zoyalovers telah menampilkan resistensi yang berusaha menolak ideologi gender dominan dengan sebagian unggahannya.

**Kata Kunci:** media, gender, stereotip

## PENDAHULUAN

Media sosial merupakan suatu bentuk komunikasi baru yang terjadi dengan lahirnya internet yang bersifat interaktif. Pengguna internet yang awalnya hanya sebagai pasif, sekarang menjadi khlayak aktif dengan adanya media sosial (Salman, 2017). Seiring dengan meningkatnya penggunaan ponsel pintar, penggunaan internet di Indonesia semakin meningkat. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 132,7 juta jiwa (Putri, 2018).

Data dari Global Web Index menunjukkan, dari beberapa media sosial yang ada di Indonesia, Instagram merupakan media sosial yang mengalami peningkatan pengguna secara signifikan. Jumlah pengguna aktif Instagram pada tahun 2014 sebanyak 150 juta pengguna, sedangkan data terakhir menunjukkan bahwa pengguna Instagram tercatat sebanyak 800 juta pengguna (Putri, 2018). Selain untuk kebutuhan pribadi, penggunaan media sosial Instagram juga dimanfaatkan untuk bisnis, baik itu jual beli maupun promosi. Dilansir dari Katadata, transaksi daring melalui media sosial di Indonesia mencapai 66%. Survei ini menunjukkan bahwa pembeli dan penjual lebih banyak menggunakan media sosial sebagai tempat untuk bertransaksi dibandingkan platform lainnya (Katadata, 2017).

Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh para penjual, baik penjual mikro maupun

merek ternama, untuk mempromosikan produknya di media sosial. Salah satu merek ternama yang menggunakan media sosial, khususnya Instagram, untuk melakukan promosi adalah Zoya. Dikenal sebagai merek jilbab, Zoya menduduki peringkat pertama sebagaimana dilansir oleh Top Brand Awards pada tahun 2020 dengan Top Brand Index sebesar 27.4% dalam kategori jilbab bermerek (Top Brand Awards, 2020). Telah berdiri selama 15 tahun dan memiliki 161 gerai Zoya di seluruh Indonesia, membuat Zoya dekat dengan masyarakat. Tercatat akun Instagram @zoyalovers memiliki 795 ribu pengikut. Hal lain yang membuat akun Instagram @zoyalovers berbeda dengan akun Instagram merek jilbab lain adalah akun ini tidak hanya melakukan promosi dalam bentuk unggahan foto atau video produknya saja, melainkan juga promosi dengan tema perempuan.

Tema perempuan yang ditampilkan dalam unggahan akun Instagram @zoyalovers sepanjang 2019 hingga 2020 mengambil tagar 'ambilpilihanmu' (#ambilpilihanmu). Sesuai dengan tagar tersebut, tema yang diangkat adalah bahwa perempuan punya pilihan serta berusaha menepis stereotip mengenai peran perempuan dalam masyarakat. Isu gender selalu menjadi persoalan klasik di masyarakat. Dengan masuknya era digital, isu gender pun mulai masuk ke ranah digital. Menurut Crawford (Garcia & Crawford, 1996), gender merupakan serangkaian karakteristik dan sifat yang secara sosiokultural dilekatkan kepada

laki-laki dan perempuan. Dengan kata lain gender bukan merupakan sesuatu yang biologis seperti halnya jenis kelamin, melainkan seperangkat sifat dan kebiasaan yang dikonstruksi oleh masyarakat dan dilekatkan pada jenis kelamin biologis. Jenis kelamin laki-laki misalnya kemudian dilabeli sebagai gender maskulin dengan seperangkat sifat-sifat maskulin seperti kuat, tidak mudah menangis, logis, dan sebagainya. Sebaliknya perempuan, sebagai oposisi biner, kemudian dilekatkan dengan sifat yang berkebalikan, yaitu sifat-sifat feminine seperti lemah, mudah menangis, tidak logis, dan sebagainya (Haris et al., 2019).

Dalam penelitian terdahulu, terungkap bahwa persoalan mengenai stereotip gender terletak pada budaya patriarki, yaitu nilai-nilai yang hidup di masyarakat yang memposisikan laki-laki sebagai manusia yang superior dan perempuan sebagai manusia inferior. Budaya ini kemudian menjadi pembenaran terhadap sistem distribusi kewenangan, sistem pengambilan keputusan, sistem pembagian kerja, dan bahkan sistem kepemilikan sifat yang bias gender (Susanto, 2015).

Lebih lanjut lagi mengenai stereotip gender berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lipmann (Sunarto, 2014), menyatakan bahwa stereotip gender merupakan keyakinan dimana laki-laki memiliki sifat tertentu dan harus melakukan hal tertentu sementara perempuan memiliki sifat yang lain dan harus melakukan hal yang lain, yang kemudian dalam budaya patriarki sifat dan hal yang

harus dimiliki oleh perempuan merupakan kebalikan dari laki-laki. Dalam masyarakat, stereotip gender menjadi penting karena digunakan sebagai dasar atas sikap dan perilaku masyarakat terhadap satu sama lain. Stereotip gender ini kemudian dilanggengkan melalui komunikasi antar pribadi dan melembaga melalui institusi sosial kemasyarakatan seperti keluarga, agama, sistem pendidikan, ekonomi, dan politik.

Stereotip gender yang terlembagakan secara turun temurun sehingga dianggap sebagai suatu kebenaran membuat ruang pergerakan perempuan menjadi sempit, sehingga perempuan sendiri menjadi enggan, takut, dan malu jika tidak sesuai dengan stereotip yang ada. Ketakutan akan 'menyalahi kodrat' sebagai perempuan membuat stereotip gender yang ada semakin mengakar dalam masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Unger dan Crawford (Unger & Crawford, 1993), stereotip terjadi ketika individu-individu dikelompokkan oleh individu-individu yang lain sebagai sesuatu yang sama karena merupakan anggota dari kelompok atau kategori tertentu. Dalam hal ini, stereotip terjadi ketika gender maskulin dan feminine kemudian dilekatkan dengan jenis kelamin biologis laki-laki dan perempuan, sehingga laki-laki diharapkan maskulin dan perempuan feminine.

Ketika kemudian perempuan berusaha untuk keluar dari stereotip yang telah melembaga di masyarakat, kemudian terjadi resistensi. Resistensi dalam konteks ini dimaknai sebagai perlawanan perempuan

untu membentuk suara dan perspektif dalam tatanan sosial serta berupaya melahirkan ideologi tandingan (Harjito, 2019). Yang perlu digarisbawahi dalam konsep resistensi adalah adanya tindakan, sehingga resistensi terjadi ketika perempuan mulai melakukan perlawanan dalam berbagai bentuk tindakan yang salah satunya dalam unggahan di akun Instagram @zoyalovers. Berangkat dari fenomena ini, peneliti ingin mengkaji bagaimana bentuk-bentuk resistensi yang dilakukan oleh akun Instagram @zoyalovers sebagai bentuk upaya untuk membebaskan perempuan dari stereotip gender.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes, yang merupakan analisis makna tiga tahap, yaitu makna denotasi, konotasi, dan mitos yang erat kaitannya dengan mitos-mitos mengenai perempuan yang telah melembaga di masyarakat. Sumber data penelitian diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu unggahan akun Instagram @zoyalovers periode Desember 2019 – Januari 2020 dengan tagar #ambilpilihanmu. Sedangkan untuk teknik analisis data peneliti akan menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dengan analisis makna tiga tahap Roland Barthes, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos.

Pendekatan analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk membongkar makna stereotip perempuan serta menggambarkan resistensi yang dilakukan oleh perempuan dalam akun Instagram

@zoyalovers. Dalam membongkar makna, tanda menjadi unsur yang penting yang harus dimaknai. Tanda-tanda yang dimunculkan dalam unggahan akun Instagram tersebut membawa ideologi dominan yang menunjukkan bahwa dalam foto/objek visual lainnya terdapat kepentingan-kepentingan tertentu yang berusaha disampaikan pada masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dengan menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes menemukan bahwa dalam setiap unggahannya yang memiliki tagar #ambilpilihanmu, akun Instagram @zoyalovers menggunakan fitur *slide* yang mana memungkinkan pengguna Instagram untuk mengunggah dua atau lebih foto/video dalam sekali waktu. Dalam unggahannya, akun Instagram @zoyalovers mengunggah gambar ilustrasi perempuan dan tulisan berisikan stereotip perempuan pada *slide* pertama dan gambar ilustrasi perempuan serta tulisan berisikan kalimat yang berlawanan dengan stereotip perempuan.

Tabel 1. Analisis Makna Gambar 1

	<u>Slide 1</u>	<u>Slide 2</u>
<u>Makna Denotasi</u>	Ilustrasi perempuan menghadap ke kiri mengenakan jilbab berwarna putih yang tertulis “perempuan tempatnya cuma di dapur”.	Ilustrasi perempuan menghadap ke kiri mengenakan jilbab berwarna hitam yang tertulis “perempuan tempatnya di balik meja kantor, di podium juara, di meja direksi”.

<p><u>Makna Konotasi</u></p>	<p>Aspek teks pada unggahan diatas merupakan stereotip gender mengenai perempuan yang tugasnya hanya di dapur. Perempuan hanya disibukkan dengan urusan domestik saja, sehingga perempuan tidak diwajibkan untuk bekerja dan meraih cita-cita serta keinginannya.</p>	<p>Perempuan memiliki hak dan kewajiban yang sama dengan laki-laki. Perempuan bisa menjadi apa saja yang diinginkannya karena perempuan penuh dengan pilihan. Perempuan ingin melepaskan stereotip bahwa perempuan tempatnya hanya di dapur, kasur dan sumur. Aspek ilustrasi yang ditampilkan merupakan perlawanan. Perlawanan oleh para perempuan untuk melawan anggapan bahwa perempuan tempatnya hanya mengurus urusan domestik, namun perempuan juga bisa disejajarkan dengan laki-laki dalam hal pekerjaan dan prestasi.</p>
<p><u>Mitos</u></p>	<p>Stereotip gender yang diyakini masyarakat adalah bahwa laki-laki sebagai pencari nafkah keluarga, oleh sebab itu terkait dengan konsep oposisi biner, maka perempuan memiliki peran yang sebaliknya, yaitu berada di rumah, tidak mencari nafkah. Ranah domestik dari dulu selalu dikaitkan dengan perempuan. Stereotip ini kemudian mengakar di masyarakat dan terus melekat hingga saat ini. Saat perempuan disibukkan dengan pekerjaan domestik maka perempuan dianggap tidak mampu untuk bekerja selain pekerjaan domestik. Perempuan kerap menjadi korban belunggu budaya dan stereotip yang membuat perempuan seakan tidak memiliki kompetensi pada bidang lain selain di bidang domestik. Pekerjaan domestik seringkali tidak</p>	

	<p>dianggap sebagai pekerjaan karena pekerjaan domestik yang dilakukan tidak pernah menghasilkan uang. Perempuan selalu dihadapkan oleh 2 pilihan yaitu memilih antara keluarga atau karirnya. Jika ia lebih memilih keluarganya maka ia harus mengesampingkan karirnya atau bahkan melepaskannya sama sekali, dan jika ia memilih karirnya maka dianggap menelantarkan keluarganya. Perempuan seakan diharuskan untuk memilih salah satu diantara keduanya, tanpa diberi pilihan untuk memilih keduanya.</p>
--	---

Tabel 2. Analisis Makna Gambar 2

	<u>Slide 1</u>	<u>Slide 2</u>
<p><u>Makna Denotasi</u></p>	<p>Ilustrasi dalam gambar tersebut terdapat seorang perempuan mengenakan pashmina berwarna merah dan baju berwarna putih dengan tulisan “jodoh itu di tangan orang tua” berwarna hitam.</p>	<p>Ilustrasi dalam gambar tersebut terdapat seorang perempuan mengenakan pashmina berwarna merah dan baju berwarna hitam dengan tulisan “jodoh itu di <i>swipe</i> di <i>dating apps</i>” berwarna putih.</p>
<p><u>Makna Konotasi</u></p>	<p>Dalam unggahan tersebut terdapat tulisan “jodoh itu di tangan orang tua”, hal ini menunjukkan bahwa dalam hal pemilihan pasangan hidup, perempuan pun tidak bisa bebas menentukan pilihan. Meski saat ini tidak selalu terjadi perjodohan, namun pilihan perempuan akan jodoh akan selalu merujuk pada</p>	<p>Unggahan ini berusaha menggambarkan perlawanan terhadap stereotip perempuan yang tidak bebas menentukan pilihan pasangan hidup. <i>Dating apps</i> adalah aplikasi layanan kencan online yang digunakan untuk mencari pasangan. Jadi, seseorang dapat memilih pasangan yang ingin diajak berkenalan dan berpotensi bertemu untuk kemudian menjalin hubungan di dunia</p>

	persetujuan orang tua.	nyata. Makna yang berusaha dimunculkan dalam ilustrasi ini adalah bahwa perempuan memiliki kebebasan penuh untuk memilih pasangan hidup, sebas <i>swipe</i> di aplikasi layanan kencan <i>online</i> .
<u>Mitos</u>	Proses perjodohan atau memilih pasangan hidup tentunya bukan sesuatu yang asing di Indonesia. Budaya perjodohan ini kemudian seringkali dituangkan dalam prosa baik itu buku, seperti cerita Siti Nurbaya, maupun kisah tokoh perempuan Indonesia, Kartini. Perempuan seolah tidak punya pilihan, dan hanya menurut dengan perjodohan yang diatur orang tua karena menurut stereotip gender yang beredar di masyarakat perempuan tidak memiliki kuasa untuk berada dalam posisi memilih (mengingat perempuan pada umumnya tidak diwajibkan bekerja dan memiliki pendidikan tinggi). Belum lagi stigma dalam masyarakat ketika kemudian seorang perempuan menolak perjodohan maka ia akan mengalami susah jodoh. Mitos-mitos semacam itu kemudian membuat perjodohan menjadi hal yang semakin wajar terjadi dalam masyarakat.	

	tersebut adalah hitam.	dan latar belakang berwarna merah.
<u>Makna Konotasi</u>	Makna yang berusaha ditampilkan dalam ilustrasi ini adalah bahwa dalam kehidupannya target perempuan hanya berkaitan dengan masalah domestik, <i>masak macak manak</i> . Target hidup perempuan seolah ditentukan oleh usia reproduktivitasnya, yakni usia 25 diharapkan telah menikah dan sebelum usia 30 telah memiliki anak.	Makna yang berusaha ditampilkan dalam ilustrasi ini berurusan untuk menolak stereotip bahwa target hidup perempuan ditentukan oleh usia reproduktivitasnya. Perempuan bisa memiliki target apapun dalam kehidupannya, salah satunya target pekerjaan seperti yang digambarkan bahwa pada usia 28 perempuan bisa saja memiliki target menjadi manajer, tidak hanya memiliki anak.
<u>Mitos</u>	Selama ini, mitos usia perempuan selalu dikaitkan dengan usia reproduktivitasnya. Mulai dari ketika pertama kali perempuan menstruasi maka dia dianggap sudah layak menikah, kemudian ketika tingkat kesuburan perempuan sedang optimal di sampai dengan usia 30 dan menurun setelahnya dikaitkan dengan target perempuan menikah dan memiliki anak. Dalam kultur Jawa, ada istilah kewajiban yang harus dilakukan perempuan yaitu <i>masak macak manak</i> . Dimana perempuan harus melakukan ketiga hal tersebut baru seolah menjadi perempuan yang seutuhnya. Perempuan harus menyediakan makanan, berdandan, dan memiliki anak. Sesuai dengan kodrat biologisnya, perempuan memang memiliki anatomi tubuh untuk melahirkan anak. Akan tetapi tubuh itu sendiri adalah milik perempuan seutuhnya, baik akan digunakan untuk melahirkan ataupun	

Tabel 3. Analisis Makna Gambar 3

	<u>Slide 1</u>	<u>Slide 2</u>
<u>Makna Denotasi</u>	Gambar tersebut mengilustrasikan seorang perempuan yang tengah berdiri dengan kedua tangan diletakkan di perut. Pakaian yang dikenakan dari ujung kepala hingga kaki berwarna merah dengan tulisan "umur 28 prioritas punya anak" dan latar belakang gambar	Gambar tersebut mengilustrasikan seorang perempuan yang tengah berdiri dengan mengenakan pakaian yang dikenakan dari ujung kepala hingga kaki berwarna hitam dengan tulisan "umur 28 prioritas jadi manager" berwarna putih

	tidak itu sepenuhnya pilihan perempuan.
--	---

Tabel 4. Analisis Makna Gambar 4

	<i>Slide 1</i>	<i>Slide 2</i>
<u>Makna Denotas</u> i	Ilustrasi ini menggambarkan seorang perempuan berjilbab yang mendongakkan kepalanya keatas dan menadahkan satu tangannya. Jilbab yang dikenakan berwarna hitam dengan tulisan “nurut aja kata sekitar” dengan latar belakang berwarna merah.	Ilustrasi ini menggambarkan seorang perempuan berjilbab yang mendongakkan kepalanya keatas dan menadahkan satu tangannya. Jilbab yang dikenakan berwarna merah dengan tulisan “nurut aja kata hati” berwarna putih dengan latar belakang berwarna hitam.
<u>Makna Konotas</u> i	Makna yang berusaha ditampilkan dari ilustrasi ini adalah bahwa kehidupan perempuan selama ini selalu diawasi dan diatur oleh lingkungan sekitar, mulai dari orang tua, pasangan, hingga masyarakat. Perempuan tidak memiliki pilihan yang benar-benar bebas sesuai keinginannya karena harus mempertimbangkan berbagai hal seperti ketetapan dan stereotip yang berlaku di masyarakat dalam segala hal, baik itu memilih pekerjaan, memilih pasangan hidup, memilih sekolah, dan sebagainya.	Ilustrasi ini menggambarkan bagaimana seharusnya perempuan dalam hidupnya, yaitu sama dengan laki-laki, memiliki kebebasan penuh untuk menentukan pilihan tanpa harus diributkan dengan aturan dan ketetapan sosial yang ada. Perempuan hendaknya menuruti apa yang menjadi keinginannya sendiri.

<u>Mitos</u>	Mitos yang selama ini diyakini masyarakat adalah perempuan tidak punya ‘suara’. Suara dalam konteks ini adalah pendapat. Bagaimana selama ini perempuan berusaha dibungkam baik oleh bahasa maupun konvensi sosial sehingga ketika kemudian perempuan memiliki pendapatnya sendiri, hal tersebut dianggap sebagai sesuatu yang tidak normal. Perempuan diharapkan untuk selalu mendengarkan pendapat sekitar baik itu orang tua maupun masyarakat dalam menentukan segala pilihan hidupnya termasuk menikah, memilih sekolah, bersikap, dan sebagainya seolah perempuan tidak memiliki keinginan sendiri yang harus direalisasikan.
--------------	---

Tabel 5. Analisis Makna Gambar 5

	<i>Slide 1</i>
<u>Makna Denotasi</u>	Ilustrasi ini menggambarkan berbagai pilihan hidup dan pekerjaan perempuan, baik itu menjadi pencari kayu bakar, musisi, pekerja kantor, ibu rumah tangga, supir ojek, maupun menjadi pengajar.
<u>Makna Konotasi</u>	Makna yang berusaha ditampilkan dalam beberapa ilustrasi di atas adalah bahwa perempuan memiliki berbagai pilihan hidup yang semuanya sama baiknya. Perempuan sosok yang kuat dan digambarkan dengan perempuan yang memanggul kayu bakar, perempuan sosok yang kreatif dan digambarkan dengan perempuan menjadi musisi, perempuan sosok yang tangguh dan digambarkan dengan perempuan kantor yang berdesak-desakan di MRT, perempuan sosok yang multitasking dan digambarkan dengan perempuan menggendong anak sekaligus membawa tas belanja, perempuan bisa mengendarai kendaraan bermotor dan digambarkan dengan perempuan menjadi supir ojek, dan perempuan yang memiliki pendidikan tinggi yang digambarkan dengan perempuan menjadi pengajar.

<u>Mitos</u>	Mitos yang selama ini diyakini masyarakat mengenai stereotip perempuan adalah sifat-sifat yang dilekatkan dengan gender feminin yaitu lemah, tidak memiliki pemikiran sendiri.
--------------	--

Secara keseluruhan ditemukan beberapa stereotip perempuan yang digambarkan dalam ilustrasi unggahan akun @zoyalovers, yang kemudian dilengkapi dengan kontra stereotip yang menunjukkan perlawanan perempuan terhadap *labelling* stereotip yang selama ini ada di masyarakat. Stereotip sendiri dapat dipahami sebagai suatu keyakinan sosial yang meyakini bahwa laki-laki memiliki sifat tertentu (maskulin) dan perempuan memiliki sifat lainnya (feminin).

Hal ini tidak terlepas dari adanya konsep oposisi biner yang berlaku di masyarakat. Konsep oposisi biner merupakan sebuah konsep yang memandang dunia dalam dua klasifikasi yang berhubungan secara struktural. Dalam struktur oposisi biner, segala sesuatu yang ada di dunia selalu terbagi menjadi dua kategori. Kategori yang satu tidak memiliki eksistensi jika tidak berhubungan secara struktural dengan kategori lainnya. Keberadaan mereka ditentukan oleh ketidakberadaan yang lain (Sandiyasa, 2018). Sama halnya dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan, jika seseorang itu bukan laki-laki maka dia perempuan. Penggunaan oposisi biner dalam hal jenis kelamin juga berlaku pada penggunaan oposisi biner pada gender, maskulin dan feminin.

Menurut Sunarto (Sunarto, 2014), faktor kekuasaan lah yang kemudian melekatkan laki-laki dengan gender maskulin dan perempuan dengan gender feminin. Dengan adanya faktor

kekuasaan, terjadi stratifikasi peran gender yang memberikan kuasa lebih pada laki-laki dan bagaimana definisi maskulin dan feminin secara historis selalu direproduksi. Dengan kata lain, karena laki-laki memiliki kekuasaan dan menjadi pihak yang dominan dalam berbagai institusi sosial yang ada maka sifat dan pekerjaan maskulin kemudian dilekatkan pada laki-laki, yang kemudian berdasarkan konsep oposisi biner, perempuan memiliki sifat dan pekerjaan sebaliknya yaitu feminin.

### ***Stereotip dan Mitologi Perempuan di Media Sosial***

Walter Lippman menggambarkan stereotip sebagai sebuah proses yang mendistorsi realita (Unger & Crawford, 1993). Stereotip terjadi ketika individu dikelompokkan oleh individu lain dengan seperangkat sifat tertentu. Sama seperti stereotip lainnya, stereotip gender memiliki beberapa karakteristik seperti; (1) kelompok yang dilabeli dengan stereotip tertentu biasanya tidak memiliki kekuasaan, (2) mispersepsi yang dihasilkan dari stereotip merupakan hasil dari kumpulan bentuk bias dalam proses penerimaan informasi individu, (3) mispersepsi susah diubah seolah sudah menjadi sebuah keyakinan hakiki, (4) individu cenderung tidak sadar mereka memiliki stereotip dan kemudian mengeneraliskan individu lain (Sunarto, 2014).

Masyarakat memiliki ekspektasi kultural tertentu yang dilekatkan pada sikap dan perilaku laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin biologis digunakan untuk mengkonstruksi sebuah kategori lagi yang terdiri dari dua oposisi, yaitu kategori gender. Ekspektasi-ekspektasi tersebut kemudian diekspresikan sebagai



stereotip peran gender. Seperangkat sifat dan perilaku yang dilekatkan pada laki-laki dan perempuan biasanya akan menentukan bahwa laki-laki memiliki sifat dan perilaku tertentu sedang perempuan memiliki sifat dan perilaku lainnya yang berlawanan. Seperti stereotip gender perempuan yang diasosiasikan dengan konsep emosional, bisa memasak, keibuan, suka kebersihan, lemah, dan sebagainya, maka laki-laki akan diasosiasikan dengan konsep lainnya yang berlawanan, seperti laki-laki merupakan sosok yang logis, tidak bisa memasak, harus bekerja, kuat, dan sebagainya (Unger & Crawford, 1993).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa beberapa stereotip perempuan ditampilkan dalam unggahan akun Instagram @zoyalovers. Akan tetapi, akun Instagram @zoyalovers juga menampilkan perlawanan atau resistensi terhadap stereotip yang muncul. Peneliti menemukan beberapa kategori stereotip dan resistensi yang diunggah, antara lain; (1) perempuan merupakan individu yang lemah, (2) posisi perempuan sebagai subordinat, (3) pilihan hidup perempuan tidak berada pada dirinya sendiri, (4) tempat perempuan hanya pada ranah domestik, (5) perempuan tidak boleh bertindak seandainya.

Stereotip perempuan yang ada dalam masyarakat tidak terlepas dari permasalahan antara hubungan gender dan kekuasaan, dimana kekuasaan di sini dimiliki oleh laki-laki dan perempuan menjadi pihak yang termarginalkan. Sebagaimana dibahas pada *Standpoint Theory* atau Teori Sikap bahwa kelompok sosial akan membentuk pengalaman, pengetahuan dan perilaku seseorang. Teori ini berpandangan

bahwa perspektif membentuk oposisi kepada penguasa, serta menentang anggapan sosial yang disematkan kepada kamu marjinal oleh para penguasa (West & Turner, 2019). Hal ini terlihat pada bagaimana akun Instagram @zoyalovers kemudian berusaha untuk melakukan perlawanan terhadap stereotip perempuan yang ada dalam masyarakat dengan mengunggah gambar kontra dari gambar stereotip yang diunggah sebelumnya.

Tindakan-tindakan perlawanan terhadap marginalisasi perempuan yang dilakukan oleh akun @zoyalovers melingkupi berbagai konsep stereotip yang melekat pada perempuan yang kemudian berusaha ditampilkan bagaimana posisi, sifat, dan perilaku perempuan seharusnya, yakni sama dengan laki-laki. Tagar *#ambilpilihanmu*, dengan jelas menyerukan bahwa perempuan memiliki pilihan sama banyaknya dengan pilihan laki-laki sebagai manusia, antara lain (1) perempuan bisa menjadi apapun yang dia inginkan, (2) perempuan bebas berekspresi, (3) perempuan bebas menentukan pilihan hidupnya, (4) perempuan adalah individu yang kuat. Hal ini ditampilkan dalam unggahan-unggahan yang mengkontra segala stereotip yang beredar di masyarakat mengenai perempuan.

Mengakarnya stereotip gender tidak terlepas dari misoginisme dan mitos yang beredar di masyarakat. Menurut Gove (Sunarto, 2014), misoginis sendiri secara harfiah berasal dari kata *mysoginia* (Yunani) yang memiliki arti *a hatred of women* atau benci perempuan. Sehingga dapat dipahami bahwa misoginisme adalah sebuah pemikiran atau ideologi yang membenci perempuan. Misoginisme sendiri

tidak begitu saja mencul dan berkembang. Berdasarkan konsep Freud (Tong, 2010), ketidaksetaraan gender berakar dari rangkaian pengalaman pada masa kanak-kanak awal manusia yang mengakibatkan bukan saja cara laki-laki memandang dirinya sebagai maskulin dan perempuan memandang dirinya sebagai feminin, melainkan juga cara pandang masyarakat bahwa maskulinitas lebih baik dari femininitas. Feminis psikoanalisis memandang bahwa dalam rangkaian pengalaman masa kanak-kanak awal manusia, ada sebuah fase kemarahan bayi primitif terhadap ibunya karena masyarakat memberikan tugas pengasuhan kepada perempuan (Chodorow, 1999).

Konsep misoginisme atau kebencian terhadap perempuan tidak terlepas dari mitos-mitos yang selama ini ada di masyarakat. Mitos yang berkembang dengan adanya keyakinan kultural dan spiritual masyarakat, salah satunya melalui agama. Menurut Asiyah (Asiyah, 2019), penafsiran yang bias gender dari konsep penciptaan manusia yang tercantum dalam Al Qur'an dan *bible* yang pada awalnya memunculkan yang namanya misoginisme. Berawal dari terciptanya manusia pertama yaitu Adam dan Hawa, yang mana dalam beberapa penafsiran terciptanya Adam pertama kali disusul dengan Hawa kemudian membentuk budaya patriarki yang kemudian membuat posisi laki-laki lebih tinggi daripada perempuan. Terlebih lagi dalam beberapa penafsiran diceritakan bahwa Adam dan Hawa diturunkan ke bumi karena Hawa tergoda untuk memakan buah *khuldi* (Nasaruddin Umar, 1999). Cerita-cerita semacam ini kemudian melahirkan paham misoginisme yang berakar di masyarakat.

Lebih jauh lagi mitos sebagai akar kebencian terhadap perempuan juga bisa dilihat dalam berbagai mitos kultural di berbagai kebudayaan dunia. Menurut Hyde (Hyde, 2017) mitos-mitos yang melekat pada perempuan selama ini tidak menguntungkan perempuan, seperti misalnya mitos *feminine evil* yang berasal dari tradisi Judeo-Kristen mengenai konsep turunya manusia di bumi yang merupakan kesalahan Eva karena telah membujuk Adam untuk makan buah dari pohon pengetahuan. Perbuatan ini kemudian dianggap sebagai dosa besar umat manusia yang disebabkan oleh Eva yang merupakan seorang perempuan. Dalam kebudayaan lain seperti Yunani, terdapat mitos mengenai Pandora, seorang wanita yang membuka sebuah kotak terlarang yang kemudian dianggap menyebarkan kejahatan di seluruh dunia.

Kekuatan mitos sangat hebat sehingga ia bekerja melalui mekanisme ketidaksadaran (Sunarto, 2014). Setiap manusia memiliki bentuk ketidaksadaran kolektif yang berisi simbol dan interpretasi universal yang diyakini oleh semua orang. Ketidaksadaran kolektif ini merupakan sejumlah pola dasar yang secara universal ditanamkan dalam pemikiran manusia. Misalnya, sebuah pola dasar mengenai konsep ibu, bagaimana citra ibu ini terbentuk selama berabad-abad sebelumnya yang kemudian diyakini sebagai sebuah konsep yang benar oleh masyarakat.

Ketidaksadaran kolektif inilah yang kemudian membentuk apa yang selama ini diyakini oleh masyarakat sebagai kebenaran, utamanya mengenai konsep gender, perempuan dan laki-laki. Kesalahpahaman konsep tersebut

semakin berbahaya ketika kemudian internet masuk dalam kehidupan manusia modern. Dengan adanya internet yang bersifat *realtime* pembentukan ketidaksadaran kolektif tentunya semakin mudah dilakukan. Penyebaran mitos-mitos dan ideologi dapat terjadi hanya dalam sepersekian detik saja. Seperti halnya yang terlihat pada stereotip perempuan yang digambarkan dalam unggahan akun Instagram @zoyalovers. Bagaimana mitos perempuan yang selama ini ada di masyarakat dengan mudah dan cepat dapat tersebar secara massif.

### ***Praktik Kekuasaan dalam Membentuk Ketidaksadaran Kolektif***

Melihat berbagai bentuk stereotip dan mitologi yang diyakini masyarakat, agaknya menimbulkan kecemasan tersendiri yang perlu kita telaah lebih lanjut. Bagaimana praktik kekuasaan pihak yang dominan kemudian secara lebih jauh berperan aktif dalam pembentukan ketidaksadaran kolektif di masyarakat. Proses terbentuknya ketidaksadaran kolektif ditentukan oleh pihak yang memiliki kuasa dalam hal ini pihak yang memiliki dominasi. Kekuasaan adalah alat yang dimiliki oleh kelompok sosial, institusi atau organisasi tertentu yang digunakan untuk mengontrol aksi dan pikiran orang lain, dengan tujuan untuk membatasi kebebasan kelompok lain (Caldas-Coulthard & Coulthard, 2020).

Van Dijk (Caldas-Coulthard & Coulthard, 2020) lebih lanjut mengemukakan bahwa praktik kekuasaan pihak dominan kemudian didistribusikan melalui ruang publik seperti media sosial. Kekuatan media pada umumnya bersifat persuasif, media memiliki potensi untuk mengontrol apa yang seharusnya

dipikirkan oleh masyarakat, termasuk bagaimana seharusnya masyarakat berpikir mengenai konsep gender.

Kekuasaan sendiri dapat dimaknasi sebagai kontrol yang dilakukan oleh satu kelompok atau organisasi atas tindakan dan/atau pikiran kelompok lain sehingga membatasi kebebasan kelompok lain atau mempengaruhi pengetahuan, sikap, ideologi. Praktik kekuasaan yang terjadi dalam penelitian ini adalah antara masyarakat dengan ideologi oposisi biner dan gender dominan yang menganggap bahwa laki-laki lebih superior daripada perempuan memiliki dominasi yang lebih besar dalam berbagai bidang, termasuk dalam media sosial.

### **KESIMPULAN**

Dari uraian di atas bisa disimpulkan beberapa hal. Pertama, dalam unggahan di akun Instagram @zoyalovers dijumpai adanya beberapa unggahan yang menunjukkan adanya stereotip perempuan dalam masyarakat yang kemudian disebut sebagai kekerasan struktural dimana perempuan didominasi dengan cara distereotipisasi dan dilihat dari kaca mata laki-laki. Kedua, latar belakang terjadinya stereotipisasi peran gender perempuan adalah adanya oposisi biner dan misoginime yang berkembang dan bekerja melalui ketidaksadaran kolektif. Ideologi oposisi biner dan gender dominan yang berlaku di media sosial telah menjadikan stereotipisasi tersebut wajar dan alami. Ketiga, ketidaksadaran kolektif tersebut perlahan mulai terpatahkan dan perempuan mulai

melakukan resistensinya dalam bentuk beberapa unggahan dalam akun @zoyalovers yang menunjukkan bahwa mereka berusaha untuk menolak stereotip perempuan yang selama ini berlaku di masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Asiyah, S. (2019). Penafsiran Ayat-Ayat Misoginis Dalam Perspektif Quran: a Reformist Translation. *Jurnal Al-Irfani: Jurnal Kajian Tafsir Hadits*, 5(1).
- Caldas-Coulthard, C. R., & Coulthard, M. (2020). Discourse, power and access. In *Texts and Practices*. <https://doi.org/10.4324/9780203431382-11>
- Chodorow, N. (1999). The reproduction of mothering: psychoanalysis and the sociology of gender: with a new preface. In *Psychoanalysis and the sociology of gender*.
- Garcia, A., & Crawford, M. (1996). Talking Difference: On Gender and Language. *Contemporary Sociology*, 25(3). <https://doi.org/10.2307/2077495>
- Haris, D., Jendrius, J., & Afrizal, A. (2019). Kesetaraan Gender dalam Industri Media: Studi Mobilitas Vertikal Karir Pekerja Perempuan di Riau Televisi. *Kafa'ah: Journal of Gender Studies*, 9(2). <https://doi.org/10.15548/jk.v9i2.265>
- Harjito, H. (2019). Resistensi Perempuan dalam Prosa Indonesia. *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam*, 17(2). <https://doi.org/10.14421/musawa.2018.172.153-164>
- Hyde, J. S. (2017). Gender similarities. In *APA handbook of the psychology of women: History, theory, and battlegrounds (Vol. 1)*. <https://doi.org/10.1037/0000059-007>
- Katadata. (2017). *Media Sosial, Platform Paling Banyak Digunakan saat Transaksi e-commerce*. Katadata.Com. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/media-sosial-platform-paling-banyak-digunakan-saat-transaksi-e-commerce>
- Nasaruddin Umar. (1999). Argumen Kesetaraan Gender Perspektif Al-Qur'an. (*Cet.I; Jakarta: Paramadina*).
- Putri, S. A. R. (2018). Wacana Islam Populer dan Kelahiran Ustaza Medsos di Ruang Publik Era Digital. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2(1).
- Salman. (2017). Media Sosial Sebagai Ruang Publik. *Kalbisocio*, 4(2).
- Sandiyasa, I. K. (2018). Refleksi Dan Dekonstruksi Teori Oposisi Biner Dalam Tradisi Hindu Masyarakat Bali. *Pangkaja: Jurnal Agama Hindu*, 21(1).
- Sunarto, S. (2014). Stereotipasi Peran Gender Wanita dalam Program Televisi Anak di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3). <https://doi.org/10.31315/jik.v8i3.3743>
- Susanto, N. H. (2015). Tantangan Mewujudkan Kesetaraan Gender dalam Budaya Patriarki. *Jurnal Muwazah*, 7(2).
- Tong, R. P. (2010). Feminist Thought; Pengantar Paling Komprehensif Kepada Aliran Utama Pemikiran Feminis. In *Jalasukutra*.
- Top Brand Awards. (2020). *Top Brand Index Fase 2 2020*. [https://www.topbrandaward.com/top-brand-index/?tbi\\_find=zoya](https://www.topbrandaward.com/top-brand-index/?tbi_find=zoya)
- Unger, R. K., & Crawford, M. (1993). Sex and Gender—The Troubled Relationship Between Terms and Concepts. *Psychological Science*, 4(2). <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1993.tb00473.x>
- West, R., & Turner, L. H. (2019). Introducing Communication Theory. In *Making Sense of Messages*.

