



Tubuhku, Merdekaku: Analisis Perspektif Feminisme Multikultural pada Akun Instagram @goodponselangels

Dessy Kania¹, Adek Risma Dedees², Rini Sukma Ariyani³

^{1,2,3} Universitas Bakrie, Jakarta Indonesia

dessy.kania@bakrie.ac.id

Abstract

Mass media is a tool in mass communication activities that can be used to spread messages en masse and quickly to a wide and heterogeneous community. This mass media has so much power that it can change the habits and mindset of a society. New media includes a variety of platforms, including social media, blogs, podcasts, streaming services, and more, each presenting different advantages and disadvantages. Social media plays an important role in people's lives, especially popular ones such as Instagram, X(Twitter), and TikTok. Many businesses utilize social media to advertise their products with the creative ways of influencers. This, of course, can lead to new problems of gender bias and injustice for women. This article aims to reveal and criticize how patriarchal ideology affects the representation of women's bodies on social media, especially the Instagram account @goodponselangels. Patriarchal ideology is a system that considers men to govern women. Patriarchy is born from cultural construction and is a social system that positions men as the party that dominates, oppresses and exploits women.

Keywords: Multicultural Feminism, Women Body, Instagram, Social Media, @goodponselangels

Riwayat Artikel: Masuk: 13 September 2024 | Revisi: 07 November 2024 | Diterima: 25 November 2024 | Diterbitkan: 1 Desember 2024



Pendahuluan

Media massa adalah suatu alat dalam kegiatan berkomunikasi massa yang bisa digunakan untuk menyebarkan pesan secara massal dan cepat kepada masyarakat luas dan heterogen, pesan ini bisa berupa pesan video, teks, audio, dan lainnya. Media massa ini mempunyai kekuatan yang efeknya sangat besar hingga bisa mengubah kebiasaan dan pola pikir suatu masyarakat (Mukti, 2023). Di era digital, lanskap media telah mengalami transformasi yang signifikan, sehingga memunculkan apa yang kita kenal sebagai "*new media*". Pergeseran paradigma ini telah merevolusi cara informasi disebarluaskan, dikonsumsi, dan dibagikan. Media baru mencakup berbagai platform, termasuk media sosial, blog, podcast, layanan streaming, dan banyak lagi, masing-masing menghadirkan kelebihan dan kekurangan yang berbeda.

Media sosial merupakan bagian dari *new media*. Media sosial sendiri adalah satu set alat berkomunikasi dan berkolaborasi yang dapat menjembatani terjadinya interaksi antara orang-orang yang tadinya tidak bisa saling menjangkau (Chris Brogan, 2020). Media sosial memainkan peranan penting dalam kehidupan masyarakat terutama media terkenal seperti Instagram, X(Twitter), dan TikTok. Banyak bisnis memanfaatkan media sosial untuk mengiklankan produknya dengan cara-cara kreatif influencer. Salah satunya adalah menggunakan perempuan sebagai visualisasi yang menarik untuk promosi mereka. Hal ini tentunya bisa memunculkan masalah baru yakni bias gender dan ketidakadilan bagi perempuan.

Para ahli menjelaskan bahwa konsep gender adalah bentuk konstruksi pemahaman sosiokultural yang digunakan untuk membedakan antara sifat feminin dan maskulin. Moore mengartikan konsep gender bukanlah pemahaman yang sama dengan konsep seks dan jenis kelamin. Jenis kelamin merupakan sifat-sifat biologis yang tidak bisa diubah (Zarra, 2022). Sementara gender merupakan konsep yang timbul dari adanya konstruksi sosial di masyarakat misalnya ketika laki-laki di



identikkan dengan seseorang yang kuat, disiplin, keras, tidak boleh menangis dan dianggap paling ideal untuk menduduki jabatan tertentu. Kemudian perempuan diidentikkan sebagai sosok yang lemah, lembut, keibuan, halus, sehingga lebih baik untuk bekerja yang aman seperti di rumah. Sehingga bisa dipahami bahwa gender bukanlah sebuah kodrat dari yang Maha Kuasa melainkan suatu konstruksi yang dibuat masyarakat secara sosial. Perbedaan gender bukanlah masalah selama tidak memunculkan ketidakadilan bagi salah satu pihak, tetapi pada kenyataannya perbedaan ini menimbulkan masalah ketidakadilan (Yanti, 2016).

Melihat adanya masalah gender dalam iklan komersialisasi yang menggunakan tubuh perempuan, artikel berjudul "Tubuhku, Merdekaku: Analisis Pandangan Feminis Multicultural pada Akun Influencer Instagram @goodponselangels" bertujuan untuk mengungkap dan mengkritisi bagaimana ideologi patriarki mempengaruhi representasi tubuh perempuan di media sosial

Metode

Penggunaan citra perempuan seksi untuk menarik minat konsumen sering kali memperkuat stereotip dan objektifikasi yang merugikan. Dengan menggunakan pandangan feminis multicultural dan metode analisis tekstual, artikel ini akan menganalisis berbagai komentar netizen terhadap konten yang menampilkan perempuan-perempuan seksi, untuk memahami bagaimana identitas gender, ras, etnisitas, dan kelas sosial mempengaruhi penerimaan dan respon audiens. Melalui analisis ini, artikel bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang kompleksitas permasalahan yang dihadapi perempuan di ruang digital.

Hasil dan Pembahasan

Ideologi Patriarki dan Tubuh Perempuan



<https://ejournal.uki.ac.id/index.php/inada/> email: jurnal.inada@uki.ac.id

Patriarki adalah suatu sistem yang menganggap laki-laki ditakdirkan untuk mengatur perempuan. Kemudian diperjelas dengan pendapat Walby (1990) yang menyatakan bahwa patriarki adalah suatu sistem struktur dan praktik sosial yang memposisikan laki-laki sebagai pihak yang mendominasi, menindas dan mengeksploitasi perempuan. Penggunaan istilah struktur sosial untuk menunjukkan penolakan terhadap determinisme biologis dan gagasan bahwa setiap individu laki-laki berada pada posisi dominan dan setiap individu perempuan berada pada posisi subordinat. Berdasarkan definisi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa patriarki merupakan suatu sistem sosial yang berlaku dalam masyarakat yang melanggengkan dominasi laki-laki terhadap perempuan.

Patriarki lahir dari konstruksi budaya. Laki-laki diidentikkan dengan ciri-ciri maskulin seperti macho, ulet, bertanggung jawab, dan segala sesuatu yang menunjukkan kekuasaan. Padahal perempuan identik dengan sifat-sifat feminin seperti kelemahan, anggun, dan lain sebagainya yang menunjukkan ketidakmampuan (Najda, 2019). Ciri-ciri yang dicap sebagai perempuan menimbulkan diskriminasi. Perempuan seringkali tidak mendapat kepercayaan karena ada label yang lemah. Tindakan tersebut tentunya tidak lepas dari cara berpikir atau ideologi yang telah tertanam baik dalam lingkungan sosial maupun individu.

Seiring berjalannya waktu, patriarki kini telah berkembang lebih jauh menjadi sebuah sistem dan ideologi. Dominasi laki-laki dalam masyarakat tidak lagi dipandang sebagai sebuah fenomena melainkan sebuah kewajaran yang memberikan gagasan bahwa laki-laki seharusnya mempunyai kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan perempuan (Israpil, 2017). Hal ini juga mencakup penindasan terhadap perempuan. Patriarki sebagai suatu sistem kini tidak lagi hanya berbicara tentang persetujuan antara dua gender tetapi juga tentang bagaimana kesenjangan antara



keduanya merambah ke segala aspek, seperti hukum, politik, bahkan ekonomi (Johnson, 2015).

Tubuh Perempuan dan Gerakan Feminisme

Gerakan feminisme terdiri dari perempuan dan laki-laki yang bekerja dan berjuang untuk mencapai kesetaraan gender dan meningkatkan kehidupan perempuan sebagai kelompok sosial. Di sebagian besar masyarakat, perempuan secara tradisional hanya tinggal di rumah sebagai anak perempuan, istri, dan ibu, dan kita sering kali hanya mengetahui keberadaan perempuan dalam sejarah karena hubungannya dengan laki-laki terkenal. Tentu saja banyak perempuan sepanjang sejarah yang sebenarnya memainkan peran penting dalam kehidupan budaya dan politik, namun mereka cenderung tidak terlihat. Gerakan perempuan yang terorganisir baru benar-benar dimulai pada abad ke-19, meskipun aktivis perempuan dan perjuangan kesetaraan selalu menjadi bagian dari seluruh masyarakat dunia (Coe, 2020).

Media sosial saat ini banyak menunjukkan iklan yang menggunakan perempuan sebagai objek untuk menarik perhatian konsumen. Perempuan baik dari sisi feminis maupun sensualitas semakin ditunjukkan untuk mempromosikan sebuah produk yang ditawarkan. Sensualitas dalam tubuh perempuan sejatinya adalah bagaimana perempuan bisa menjadi sosok yang lemah lembut dan penyayang, bukan sebaliknya yakni tubuh perempuan sebagai media seksualitas lelaki yang menikmati bentuk tubuh perempuan itu sendiri (Salsa, 2021). Ketika hal ini terus berlanjut maka orientasi dari tujuan iklan sebenarnya akan berubah, industri iklan tidak hanya bertujuan untuk menarik konsumen membeli jasa atau produk yang mereka miliki. Namun mereka bisa dengan sengaja mengeksploitasi dan memaksa perempuan



<https://ejournal.uki.ac.id/index.php/inada/> email: jurnal.inada@uki.ac.id

menggunakan tubuhnya sebagai ajang untuk meraup keuntungan bisnis yang sebesar-besarnya.

Gerakan feminisme modern mengangkat kebebasan tubuh perempuan dengan menentang eksploitasi perempuan yang marak terjadi dalam iklan-iklan media. Iklan sering kali menggunakan tubuh perempuan sebagai alat untuk menarik perhatian dan menjual produk, yang mereduksi perempuan menjadi objek seksual dan memperkuat stereotip gender yang merugikan. Feminisme modern berupaya mengubah narasi ini dengan mengadvokasi representasi yang lebih adil dan beragam, yang menghormati dan menghargai perempuan sebagai individu utuh dengan hak penuh atas tubuh mereka. Dengan mengecam praktik-praktik eksploitasi dalam periklanan, gerakan feminisme mendorong perusahaan media dan periklanan untuk mengadopsi pendekatan yang lebih etis dan inklusif, yang tidak hanya menghindari objektifikasi tetapi juga memberdayakan perempuan melalui representasi positif dan autentik. Upaya ini adalah bagian dari perjuangan yang lebih luas untuk memastikan bahwa perempuan memiliki kebebasan untuk mengekspresikan identitas dan seksualitas mereka tanpa tekanan dan kontrol patriarkal.

Feminisme Multikultural dan Gerakan Feminisme di Indonesia

Feminisme multikultural mengacu pada sebuah literatur dan praktik feminisme yang dikembangkan terutama oleh perempuan Dunia Ketiga, yang sejalan namun juga mempertanyakan feminisme liberal, yang sebagian besar merupakan produk dari Barat. Seperti feminisme liberal, feminisme multikultural mencari peningkatan kehidupan perempuan; namun, berbeda dengan yang pertama, ia tidak melihat bahwa jalannya sama bagi semua perempuan, atau bahwa itu bergantung pada kesetaraan peran atau fungsi



<https://ejournal.uki.ac.id/index.php/inada/> email: jurnal.inada@uki.ac.id

yang ketat dengan laki-laki, atau bahwa itu terutama bergantung pada kemajuan hak asasi manusia individu (Lam, 2021).

Sebaliknya, feminisme multikultural menekankan pemberdayaan perempuan dalam konteks masyarakat dan budaya mereka masing-masing, yang dipandang sebagai kompleks dan beragam, dan oleh karena itu mampu berkembang. Dimensi kontekstual yang ditekankan oleh feminisme multikultural meliputi sejarah dominasi dan subordinasi eksternal maupun internal, warisan budaya pemberdayaan bersama dengan yang menghilangkan kekuasaan, efek spesifik dari ekonomi global saat ini terhadap perempuan yang berada dalam posisi yang berbeda. Pada saat yang sama, feminisme multikultural menolak narasi nasionalistik yang meninggikan atau memalsukan tradisi untuk menekan kebutuhan nyata perempuan.

Aliran feminisme meyakini jika di satu negara sekalipun perempuan tidak diciptakan atau dibentuk dengan konstruksi yang sama. Ada berbagai aspek seperti suku, ras, etnis, dan kelas, kecenderungan seksual, agama, latar belakang pendidikan, usia, status perkawinan, kondisi Kesehatan, tempat tinggal, dan lain-lain yang akan membuat seorang perempuan berbeda dengan perempuan lain. Di Indonesia misalnya seorang wanita suku Jawa yang memiliki latar belakang ekonomi menengah ke atas, memiliki pendidikan tinggi, belum menikah, bekerja, dan tinggal di perkotaan akan mengalami hal yang berbeda dengan perempuan suku Dayak yang mempunyai status ekonomi menengah ke bawah, menganut agama minoritas, belum menikah, bekerja, usia 20, dan tinggal di pedesaan.

Feminisme multikultural merupakan alat ukur yang cocok untuk melihat pergerakan feminisme di Indonesia karena ia mengakui dan menghargai keragaman budaya, etnis, agama, dan sosial yang ada di masyarakat Indonesia. Pendekatan ini tidak hanya menyoroti pengalaman



<https://ejournal.uki.ac.id/index.php/inada/> email: jurnal.inada@uki.ac.id

penindasan yang bersifat universal tetapi juga memperhatikan konteks spesifik di mana perempuan Indonesia hidup dan berjuang. Hal ini memungkinkan pergerakan feminisme di Indonesia untuk lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan dan tantangan unik yang dihadapi oleh perempuan dari berbagai latar belakang, sehingga mendorong perubahan sosial yang lebih adil dan merata.

Tantangan Feminisme Multikultural pada Akun @goodponselangers



Gambar 1. Akun Instagram @goodponselangers dan @goodponsel

(Akses 25 Mei 2024)

Akun Instagram @goodponselangers merupakan akun Instagram yang memiliki followers 516 ribu (diakses pada 25 Mei 2024). Dibandingkan akun perusahaan @goodponsel yang mempunyai 633 ribu jumlah pengikut. Namun, dalam komentar-komentarnya ternyata para angels (sebutan untuk talent goodangels) ini mempunyai daya tarik khusus yang menarik minat netizen media sosial. Akun @goodponselangers merupakan akun khusus yang menjadi bagian untuk strategi promosi perusahaan @goodponsel untuk memasarkan produknya. Namun, bukan hanya memasarkan produk dari Good Ponsel, mereka juga menawarkan jasa endorsment konten yang sudah melayani lebih dari 1000 perusahaan dan memproduksi lebih dari 2000 konten. Ada beragam tawaran yang ada mulai dari 199 ribu rupiah hingga jutaan rupiah (GA, 2024). Sebagai akun promosi yang berhasil,



<https://ejournal.uki.ac.id/index.php/inada/> email: jurnal.inada@uki.ac.id

@goodponselangels mendapatkan banyak komentar dari netizen yang berasal dari berbagai latar belakang.



Gambar 2. Konten Akun Instagram @goodponselangels 24 Mei 2024 (Akses 25 Mei 2024)

Komentar yang muncul dari setiap postingan @goodponselangels sangat beragam, salah satu yang mendiskriminasi perempuan berdasarkan penampilannya adalah akun @Iannn7905 yang menyatakan bahwa angel di dalam video tersebut hamil di luar nikah. Jika melihatnya dari sudut pandang feminisme multikultural, komentar seperti yang disampaikan oleh akun @Iannn7905 mencerminkan berbagai bentuk penindasan yang dialami perempuan, yang sering kali diperkuat oleh berbagai faktor seperti budaya, agama, dan norma sosial yang berbeda-beda. Feminisme multikultural menekankan pentingnya memahami konteks budaya dan sosial di mana perempuan hidup, serta bagaimana hal ini mempengaruhi cara mereka diperlakukan dan dinilai. Tuduhan seperti "hamil di luar nikah" tidak hanya mendiskriminasi perempuan berdasarkan penampilannya tetapi juga



<https://ejournal.uki.ac.id/index.php/inada/> email: jurnal.inada@uki.ac.id

memperlihatkan adanya standar ganda dan penghakiman moral yang sering diterapkan secara tidak adil kepada perempuan. Komentar semacam ini mencerminkan kontrol sosial yang ketat terhadap tubuh dan perilaku perempuan, serta bagaimana norma-norma patriarkal melanggengkan stigma dan prasangka.



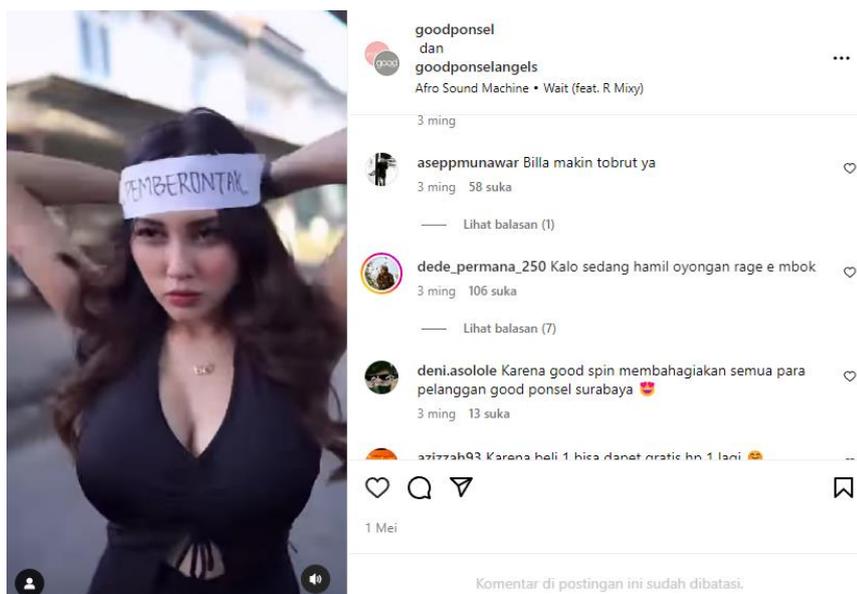
Gambar 3. Konten Akun Instagram @goodponselangels 13 April 2024 (Akses 24 Mei 2024)

Postingan yang berisi konten hiburan tanpa ada unsur promosi kali ini menampilkan tiga angels yang tengah mengikuti tren media sosial. Komentar yang di dapatkan pun beragam, sebagian besar dipengaruhi karena pakaian sexy yang dikenakan para angels dalam video tersebut. Bisa dilihat dari gambar di atas bahwa lelaki adalah akun yang paling banyak berkomentar di postingan ini. Namun, secara terselubung hal-hal yang mereka katakan cenderung melecehkan perempuan dan menjadikan perempuan sebagai objek seksual semata. Tulisan 'kok gede' dari akun instagram @andresalman merujuk pada payudara perempuan. Sementara @ricky_vls menyatakan bahwa dirinya sebagai lelaki tertarik secara seksual terhadap para angels di video tersebut. Dari sudut pandang feminisme hal ini seperti buah simalakama, di satu sisi berpakaian adalah kebebasan perempuan tetapi konsekuensinya dilecehkan mata para lelaki nakal yang ada di luar sana. Dalam konteks ini, tanggung jawab tidak hanya ada pada perempuan untuk menyesuaikan diri dengan standar yang



<https://ejournal.uki.ac.id/index.php/inada/> email: jurnal.inada@uki.ac.id

ditetapkan oleh masyarakat, tetapi juga pada masyarakat untuk mengubah cara pandang dan perilaku yang merugikan. Ini termasuk pendidikan yang lebih baik mengenai penghormatan dan kesetaraan gender, serta penciptaan lingkungan digital yang aman dan inklusif di mana perempuan dapat mengekspresikan diri tanpa takut akan pelecehan atau objektifikasi. Dengan demikian, feminisme multikultural berusaha untuk memperjuangkan perubahan struktural yang mendalam yang memungkinkan kebebasan sejati bagi semua perempuan, tanpa kecuali.



Gambar 4. Konten Akun Instagram @goodponselangels 1 Mei 2024
(Akses pada 25 Mei 2024)

Ditinjau dari sisi feminisme multikultural, konten seperti yang diunggah oleh @goodponselangels pada 1 Mei 2024, yang menggunakan wajah cantik dan lekuk tubuh ideal untuk promosi, memperlihatkan bagaimana media dan budaya populer sering kali mengeksploitasi tubuh perempuan untuk tujuan komersial. Komentar seperti "Billa makin tobrut ya" dari akun @aseppmunawar, yang merujuk pada ukuran payudara dengan bahasa gaul, menunjukkan adanya objektifikasi dan reduksi perempuan menjadi objek seksual semata. Feminisme multikultural mengakui bahwa pengalaman perempuan tidak seragam dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti



budaya, ras, etnis, dan kelas sosial. Namun, fenomena ini memperlihatkan bahwa objektifikasi seksual adalah masalah universal yang mengakar dalam struktur patriarkal.

Dalam konteks ini, feminisme multikultural mengajukan kritik terhadap standar kecantikan yang sempit dan eksploitatif serta menekankan pentingnya menghormati keragaman dan otonomi perempuan. Penggunaan tubuh perempuan dalam iklan untuk menarik perhatian tidak hanya memperkuat stereotip gender yang merugikan tetapi juga mengabaikan kompleksitas identitas perempuan dan pengalaman mereka. Feminisme multikultural berargumen bahwa penting untuk menciptakan lingkungan di mana perempuan dapat mengekspresikan diri mereka tanpa takut akan pelecehan atau objektifikasi. Ini termasuk mendorong representasi yang lebih beragam dan positif dari perempuan di media, serta pendidikan yang menekankan penghormatan dan kesetaraan gender.

Kesimpulan

Melalui analisis yang sudah dielaborasi di atas, dapat disimpulkan bahwa ideologi patriarki masih sangat kuat membelenggu tubuh perempuan, terutama melalui media sosial dan iklan yang mengeksploitasi tubuh perempuan sebagai objek seksual. Kebebasan tubuh perempuan, yang merupakan fokus utama gerakan feminisme, menuntut penghormatan terhadap hak perempuan untuk mengekspresikan diri tanpa takut akan objektifikasi atau stigma. Feminisme multikultural menjadi alat analisis yang tepat untuk memahami pergerakan feminisme di Indonesia karena ia memperhitungkan keragaman budaya, agama, etnis, dan sosial yang mempengaruhi pengalaman perempuan di negara ini. Studi kasus pada akun @goodponselangels menunjukkan bahwa komentar netizen, yang sering kali melecehkan dan merendahkan, mencerminkan masalah yang lebih luas tentang bagaimana perempuan dipersepsikan dan diperlakukan dalam masyarakat.



Dengan menggunakan pandangan feminis multikultural, kita dapat melihat betapa pentingnya menciptakan representasi yang lebih inklusif dan mendukung kebebasan perempuan dari berbagai latar belakang untuk mengatasi penindasan yang bersifat sistematis dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Chris, B. (2020). *Sosial Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Online Business*. *Journal from Jhon Wiley and Sons*, 4(1), 11.
- Coe. (2020). *Feminism and Women's Rights Movements*. *Journal of Gender Matters*, 151-160.
- GA. (2024, Februari 12). *Rate Card Good Angels*. Retrieved from Good Ponsel: goodponsel.com
- Israpil. (2017). *Budaya patriarki dan kekerasan terhadap perempuan (Sejarah dan perkembangannya) [Patriarchal culture and violence against women [History and development]*. *Jurnal Pusaka Jurnal*, 5, 2, 141-150. DOI: <https://doi.org/10.31969/pusaka.v5i2.176>
- Johnson, A. G. (2015). *The Gender knot: Unraveling our patriarchal legacy*. Temple University Press.
- Lam. (2021). *Multicultural Feminism: Cultural Concerns*. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 144. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/04659-3>
- Mukti. (2023). *REPRESENTASI PEREMPUAN PADA TAYANGAN VIDEO DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK*. *JOURNAL OF COMMUNICATION*, 1(2), 12.
- Najda. (2019). *THE REPRESENTATION OF PATRIARCHAL IDEOLOGY IN DEFOE'S MOLL FLANDERS*. *JOURNAL HASANUDDIN UNIVERSITY*, 15-22.
- Salsa. (2021). *Kuasa Media dalam Mengeksploitasi Tubuh Perempuan di Industri Periklanan*. *Najwa: Jurnal Muslimah dan Studi Gender*, 1(1), 50-59.
- Walby. (1990). *Theorizing Patriarchy*. Oxford: Basil Blackwell.
- Yanti. (2016). *Media dan Gender (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe*. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 9(2), 25-32. Retrieved from <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1205>
- Zarra. (2022). *KESETARAAN GENDER DALAM PERSPEKTIF MEDIA IKLAN*. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 104-112.

