



JURNAL ILMIAH MULTIDISIPLIN ILMU

Halaman Jurnal: <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jimi>

Halaman UTAMA Jurnal : <https://journal.smartpublisher.id/>



DOI: <https://doi.org/10.69714/j9d18883>

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI PEMBANGUNAN: ANALISIS KONTEN INSTAGRAM @KATANYASETARA TERHADAP EDUKASI KESETARAAN GENDER DAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN

Aulia Zahranissa Yunash^{a*}, Qonita Humaira Fatana^b

^a Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Jurusan Hubungan Internasional; aauliayunash@gmail.com, Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

; Jl. RS. Fatmawati No. 1, Pondok Labu, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

^b Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Jurusan Hubungan Internasional; qonitahumairaf@gmail.com, Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

; Jl. RS. Fatmawati No. 1, Pondok Labu, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

* Penulis Korespondensi: Aulia Zahranissa Yunash

ABSTRACT

The gender gap remains a structural issue that continues to hinder women's participation in various social spheres, ranging from the workplace to everyday community life. Amid the increasingly widespread development of digital technology, social media has emerged as a new tool with great potential to drive changes in public awareness regarding gender issues. This article aims to analyze how the Instagram account @katanyasetara functions as a digital campaign platform to disseminate education on gender equality and women's empowerment to the Indonesian public, particularly the youngest generation. This study employs a descriptive qualitative method, utilizing data collection techniques such as literature review and content analysis of posts from the @katanyasetara account in Instagram. The results show that @katanyasetara implements effective communication strategies through three main approaches: simplifying complex issues into relatable, non-reachy language, maintaining a consistent visual identity that builds long-term brand recognition, and utilizing contextual case studies closely tied to the audience's real lives to foster empathy and a collective identity. These strategies have proven effective in driving high levels of audience engagement, as evidenced by the positive responses to the analyzed content, including one post that garnered more than 562.000 likes.

Keywords: Gender Equality; Development Communication; Social Media; Women's Empowerment; Digital Activism

Abstrak

Kesenjangan gender masih menjadi persoalan struktural yang terus menghambat partisipasi perempuan di berbagai ruang sosial mulai dari dunia kerja hingga kehidupan bermasyarakat sehari-hari. Di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin masif, media sosial hadir sebagai instrumen baru yang memiliki potensi besar dalam mendorong perubahan kesadaran publik terhadap isu-isu gender. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun Instagram @katanyasetara berperan sebagai media kampanye digital dalam menyebarkan edukasi kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan kepada masyarakat Indonesia khususnya generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa studi literatur dan observasi konten terhadap unggahan akun @katanyasetara di platform Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @katanyasetara menerapkan strategi komunikasi yang efektif melalui tiga pendekatan utama, yaitu simplifikasi isu kompleks ke dalam bahasa yang relatable dan tidak menggurui, konsistensi identitas visual yang membangun pengenalan merek secara jangka panjang, serta pemanfaatan contoh kasus kontekstual yang dekat dengan kehidupan nyata audiens untuk membangun empati dan identitas kolektif. Strategi-strategi tersebut terbukti mampu mendorong tingkat keterlibatan audiens yang tinggi. Hal ini terlihat dari respons positif pada konten-konten

yang dianalisis, termasuk satu unggahan yang berhasil meraih lebih dari 562 ribu tanda suka dan menciptakan ruang dialog publik yang produktif. Meskipun demikian, akun ini juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti kesulitan dalam menyesuaikan isu gender dengan tren media sosial yang bergerak cepat, risiko disinformasi, dan keterbatasan referensi akademik untuk isu-isu kontemporer. Penelitian ini menyimpulkan bahwa @katanyasetara merupakan representasi konkret dari aktivisme digital berbasis jaringan yang berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan kelima, yaitu kesetaraan gender, melalui pendekatan komunikasi yang inklusif, partisipatif, dan berpijak pada konteks budaya lokal Indonesia.

Kata Kunci: Kesetaraan Gender; Komunikasi Pembangunan; Media Sosial; Pemberdayaan Perempuan; Aktivisme Digital

1. PENDAHULUAN

Gender pertama kali diperkenalkan ke dunia oleh para ilmuwan sebagai cara untuk membedakan antara perempuan dan laki-laki yang bersifat bawaan dari lahir dan juga karena adanya perilaku budaya yang dipelajari sejak kecil. Dengan adanya perbedaan gender ini membantu kita untuk memikirkan kembali tentang bagaimana perbedaan peran yang sudah melekat pada manusia, baik laki-laki maupun perempuan. Pentingnya perbedaan ini bisa kita lihat pada dua konsep berbeda tentang cara mengartikan gender: konsep pertama yang berarti kodrati atau sejak lahir, dan konsep kedua yang merupakan bukan kodrati (gender) perbedaan konsep inilah yang perlu kita pahami karena akan melahirkan sebuah perbedaan berpikir dan peran [1]. Perbedaan konsep inilah yang akhirnya merubah cara pandang kita terhadap suatu gender, mulai dari peran yang harus dilakukan, tanggung jawab yang diemban, bahkan bisa menentukan ruang atau tempat di mana suatu gender pantas berada. Gender pada akhirnya dapat diartikan sebagai sebuah perbedaan peran, status, bahkan tanggung jawab yang dihasilkan dari faktor sosial budaya yang sudah tertanam pada kebudayaan dan menjadi kepercayaan masyarakat sosial.

Perbedaan pemahaman mengenai gender bisa mengakibatkan terjadinya kesenjangan gender yang mempengaruhi perubahan sikap dan cara pandang manusia, baik perempuan maupun laki-laki. Kesenjangan ini contohnya bisa dilihat pada pemenuhan hak asasi manusia dan implikasi dalam dunia kerja serta pengaruhnya pada pembangunan nasional. Kesenjangan gender pada hak asasi manusia sudah menjadi isu yang berkembang pesat terutama dalam menghambat partisipasi perempuan di ranah sosial masyarakat, meskipun berlindung di balik undang-undang dan konstitusi nasional yang dibuat untuk menjamin kesetaraan gender, seringkali masyarakat mengambil paham dan pola pikir yang menyesuaikan ajaran budaya tradisional seperti anggapan bahwa pekerjaan perempuan hanya berputar pada ranah domestik dan prasangka sosial yang menyimpulkan bahwa perempuan pada dasarnya lebih lemah dalam aspek apapun dari laki-laki, inilah yang menjadikan batas antara perempuan dengan pekerjaan sosial. Oleh karena itu dalam hal ini gender tidak lagi diartikan sebagai perbedaan biologis antara laki-laki dan perempuan, melainkan berfokus pada perbedaan tugas, fungsi dan peran dalam masyarakat [2]. Tidak hanya berhenti pada norma sosial dan pemikiran tradisional terhadap fungsi perempuan di ranah sosial, kesenjangan gender juga berdampak pada hak kesehatan, perlindungan, pekerjaan dan hukum. Banyaknya kasus kekerasan atau pelecehan berbasis gender, promosi pernikahan dini yang merugikan perempuan, dan perdagangan manusia yang lebih banyak ditujukan pada perempuan juga menjadi bukti bahwa hak-hak perempuan di ruang sosial belum terpenuhi dan realisasi dari perlindungan hukum terhadap ruang aman bagi perempuan di masyarakat sosial belum ada. Dalam dunia kerja juga sama, perspektif lampau yang menyatakan peran wanita lebih lemah dan rendah juga berpengaruh sebagai faktor maraknya isu kesenjangan gender di dunia kerja. Isu kesenjangan ini meliputi upah, partisipasi kerja, peluang karier, bahkan kualitas kerja seorang perempuan yang dinilai bisa ditentukan hanya lewat gender. Isu ini jelas terlalu melewati batas keadilan bagi perempuan, bahkan International Monetary Fund (IMF) menyatakan dalam laporannya bahwa hanya sebanyak 47% peran perempuan yang aktif sebagai tenaga kerja global dibandingkan 72% jumlah tenaga kerja laki-laki di dunia, hal ini jelas memperlihatkan adanya kesenjangan gender dalam dunia global.

Pengertian dari pemberdayaan sendiri sebetulnya merujuk pada kata “daya” yang mendapat awalan ber- sehingga menjadi satu kata yaitu “berdaya” yang bermaknakan memiliki atau mempunyai daya. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, daya memiliki arti bahwa bagaimana seorang individu dapat melakukan sesuatu dan memiliki kemampuan untuk bertindak. Sedangkan menurut Anwar [3] istilah pemberdayaan

dalam konteks masyarakat merupakan sebuah kemampuan individu yang berpadu dengan individu lainnya dalam bermasyarakat untuk dapat membangun kemampuan masyarakat yang bersinggungan. Memberdayakan masyarakat merupakan sebuah upaya untuk memperkuat berbagai unsur pemberdayaan itu sendiri dalam rangka untuk meningkatkan harga diri dan kualitas pada lapisan masyarakat yang berada dalam keadaan tidak yang tidak mampu dengan mengandalkan kekuatan yang dimilikinya sendiri sehingga ia bisa keluar dari perangkap kesengsaraan dan ketertinggalan dengan membentuk sistem kemasyarakatan yang lebih mandiri dan sejahtera.

Dalam tujuannya, ada empat indikator pemberdayaan bagi perempuan menurut Riant Nugroho [4]. Pertama, yaitu akses. Hal ini berarti adanya kesamaan dan kesetaraan dalam mengakses berbagai sumber daya yang tersedia di lingkungan. Berikutnya adalah partisipasi, yaitu adanya keikutsertaan perempuan dalam memanfaatkan sebuah aset atau sumber daya yang memang masih terbatas jumlahnya. Kemudian kontrol, Nugroho berpendapat bahwa lelaki dan perempuan haruslah mempunyai kesempatan yang sama atas kendali dan pemanfaatan berbagai sumber daya yang ada tersebut. Yang terakhir yaitu manfaat, ia mengemukakan bahwa baik laki-laki dan perempuan harus setara dalam menikmati hasil dari pemanfaatan sumber daya atau pembangunan tersebut secara bersama dan beriringan.

Dalam mencegah penyebaran isu global dan mengurangi tingkat kesenjangan gender dan mendukung pemberdayaan perempuan di dunia kita dapat meningkatkan kepedulian masyarakat sosial terkait isu gender dengan memanfaatkan teknologi lewat peran media sosial. Pengaruh media sosial di masa globalisasi ini sudah semakin terlihat bagaimana platform instagram, tiktok, dan X tidak lagi digunakan hanya sebagai hiburan melainkan cara tercepat dalam mengulik informasi, baik berita politik, keadaan ekonomi, bahkan kebudayaan suatu negara dan hal lainnya yang menjadikan platform media sosial sebagai opsi utama informasi. Dalam konteks kesetaraan gender banyak sekali platform yang menyediakan ruang terbuka untuk mendiskusikan isu-isu global dan membuka kampanye yang memperjuangkan kesetaraan dan keadilan gender baik bagi laki-laki maupun perempuan [5]. Peran media sosial inilah yang menjadi penting sebagai salah satu usaha menghapus kesenjangan gender di dunia yang bisa kita lihat salah satunya pada akun instagram @katanyasetara dalam mengolah informasi dan menyebarkan berbagai solusi pencegahan yang memperjuangkan kesetaraan gender.

Artikel ilmiah ini berfokus pada akun Instagram @katanyasetara dalam melakukan *campaign*nya pada media sosial dengan tujuan untuk menyadarkan masyarakat di Indonesia tentang kesetaraan gender terutama pemberdayaan perempuan.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi akun @katanyasetara melalui media sosial Instagram dalam memberikan informasi dan wawasan kepada masyarakat di Indonesia mengenai pentingnya kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan?
2. Bagaimana profil dan karakteristik yang digunakan oleh akun @katanyasetara sebagai media kampanye kesadaran gender dilihat berdasarkan engagement dan interaksi audiens.

Dari artikel ini adalah untuk menganalisis bagaimana akun instagram @katanyasetara dalam mengelola dan menyebarkan informasi mengenai kesetaraan gender dan bagaimana pengaruh konten instagram @katanyasetara dalam meningkatkan kepedulian masyarakat terkait kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan yang sesuai dalam mendukung SDGs ke-5.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk mengetahui bagaimana akun @katanyasetara dapat membuat masyarakat lebih peduli dan sadar mengenai isu kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan di Indonesia. Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi teoritis terhadap pemahaman tentang bagaimana Instagram sebagai media sosial dapat difungsikan tidak hanya sebagai ruang ekspresi pribadi melainkan sebagai alat gerakan sosial secara digital (*digital activism*) sebagai tempat advokasi bagi pemberdayaan perempuan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan merupakan salah satu konsep utama dalam studi komunikasi dan berbagai ilmu sosial lainnya yang secara khusus membahas bagaimana proses pertukaran informasi dapat dimanfaatkan sebagai instrumen untuk mendorong perubahan sosial yang lebih adil dan simbang. Secara historis, gagasan ini pertama kali muncul setelah Perang Dunia II sebagai respons terhadap kebutuhan banyak

negara berkembang untuk mempercepat proses modernisasi mereka. Namun, paradigma komunikasi pembangunan telah mengalami perubahan signifikan dari pendekatan *top-down* dan linear selama bertahun-tahun menjadi pendekatan yang lebih partisipatif dan berbasis masyarakat.

Lerner [1] dalam *The Passing of Traditional Society* memandang komunikasi sebagai sarana untuk menyebarkan berbagai prinsip modernisasi dari negara maju ke negara berkembang. Pandangan ini kemudian ditantang oleh para ahli komunikasi seperti Rogers [2] dimana ia berpendapat bahwa difusi inovasi yang unilinear tidak cukup untuk menjelaskan proses perubahan sosial di berbagai masyarakat. Kemudian Rogers mengembangkan gagasan komunikasi pembangunan yang lebih ideologis yaitu komunikasi yang memungkinkan audiens sasaran untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi dan bukan hanya menjadi objek komunikasi. Inilah paradigma partisipatif yang kemudian memungkinkan kita untuk memahami peran media sosial sebagai alat untuk pengembangan komunikasi di era digital. Menurut Melkote dan Steeves [3], komunikasi pembangunan yang efektif harus mampu memberdayakan masyarakat lokal, menumbuhkan kesadaran kritis, dan memfasilitasi perubahan struktural dalam masyarakat. Hal ini merupakan definisi yang sangat penting mengingat *platform* digital atau daring seperti Instagram kini menjadi wadah komunikasi yang memungkinkan aktor non-negara untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses wacana publik.

Penelitian ini menggunakan representasi model komunikasi pembangunan berbasis media sosial melalui akun Instagram @katanyasetara. Akun tersebut menggabungkan dua elemen kunci yaitu pendidikan dalam penyebaran informasi dan pembentukan kesadaran kolektif. Akun ini lebih dari sekadar penyampai pesan, bahwa dimana akun ini merupakan bentuk dari aktivitas perubahan sosial yang secara aktif membangun narasi untuk melawan berbagai norma kesetaraan gender yang tidak adil dalam masyarakat Indonesia. Metode ini sejalan dengan apa yang disebut Waisbord [4] sebagai komunikasi pembangunan yaitu teknik komunikasi yang berorientasi pada perubahan terhadap kondisi sosial yang menghalangi berbagai kelompok tertindas untuk mewujudkan potensi mereka.

Teori komunikasi pembangunan juga menekankan pentingnya relevansi budaya dalam penyampaian pesan. Dutta [5] dalam bukunya “*Communicating Health: A Culture-Centered Approach*” menyatakan bahwa keberhasilan komunikasi untuk perubahan sosial sangat bergantung pada cara komunikator menyesuaikan pesannya dengan budaya, bahasa dan pengalaman hidup dari audiens. Akun @katanyasetara secara konsisten menerapkan prinsip ini dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan dengan berbagai contoh dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh akun ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan pesan tentang kesetaraan gender melainkan juga untuk menjembatani wacana akademis dengan realitas sosial yang dihadapi oleh audiens muda Indonesia setiap harinya.

2.2 Digital Activism (Aktivisme Digital)

Aktivisme digital merupakan hasil dari perpaduan antara gerakan sosial konvensional dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terutama melalui *platform* media sosial. Secara konseptual, aktivisme digital dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aksi kolektif yang menggunakan teknologi digital sebagai media utamanya untuk menyebarkan berbagai pesan advokasi, memobilisasi dukungan publik serta mendorong perubahan sosial atau kebijakan [1]. Aktivisme digital berbeda dengan aktivisme tradisional yang didasarkan pada kehadiran fisik dan struktur organisasi formal, sebab aktivisme digital memungkinkan individu dan kelompok untuk berpartisipasi dalam gerakan sosial di seluruh dunia hanya dengan menggunakan internet.

Perkembangan digital dipengaruhi oleh perubahan struktural dalam media yang dibawa oleh era Web 2.0 sebagaimana yang dikatakan oleh Shirky [2] bahwa teknologi media sosial telah menurunkan biaya kerja tim dan organisasi sehingga dapat memfasilitasi gerakan sosial yang lebih fleksibel, terdesentralisasi, dan partisipatif. Dalam kerangka ini, siapa pun dapat menjadi aktor komunikasi yang luas tanpa perlu banyak sumber daya kelembagaan. Hal ini mencakup gerakan sosial berbasis jaringan seperti #MeToo dan #BlackLivesMatter serta gerakan advokasi gender di Indonesia yang disebarluaskan melalui Instagram dan Twitter.

Loader dan Mercea [3] dalam Jurnal Information, *Communication & Society* melaporkan bahwa media sosial telah menjadi alat yang berguna untuk mendukung berbagai kelompok politik dan sosial terutama

kelompok-kelompok masyarakat yang telah lama terpinggirkan dari berbagai ruang diskursif resmi. Pernyataan ini penting dalam konteks gerakan kesetaraan gender di Indonesia, dimana akun advokasi digital seperti @katanyasetara menambah ruang publik yang belum sepenuhnya terbuka bagi wacana kesetaraan gender.

Salah satu ciri utama aktivisme digital adalah potensinya dalam membangun identitas kolektif di antara masyarakat. Klandermans [4] berpendapat bahwa identitas kolektif lah yang sangat penting bagi keberlanjutan gerakan sosial. Identitas kolektif di media sosial terbentuk melalui mekanisme berbagi kisah pribadi, penggunaan tagar yang menghubungkan banyak kelompok dengan pengalaman serupa serta praktik memberikan komentar dan berbagi yang secara simbolis menunjukkan kepedulian seseorang terhadap suatu isu tertentu. Akun @katanyasetara berhasil memanfaatkan mekanisme ini dengan menyediakan konten yang memungkinkan audiens melihat diri mereka sendiri dalam cerita tersebut dan mengajak untuk terlibat baik secara intelektual maupun emosional.

Akan tetapi, penting untuk memahami beberapa tantangan dalam aktivisme digital. Slacktivism merupakan partisipasi tingkat rendah seperti memberikan *like* atau membagikan konten tanpa tindakan nyata di dunia nyata, sebagaimana diperingatkan oleh Bennett dan Segerberg [5] dalam bukunya yang berjudul "*The Logic of Connective Action*". Akun @katanyasetara pun juga menyadari risiko ini, bahwa peningkatan keterlibatan digital tidak selalu berujung pada perubahan substansial dalam perilaku dan sikap di dunia nyata. Namun sebagaimana yang ditunjukkan oleh penelitian dari Vraga dan Bode [6], unggahan berulang terhadap konten edukatif di media sosial tetap memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan sikap audiens terkait berbagai isu sosial tertentu seperti misalnya isu kesetaraan gender di Indonesia.

2.3 Kesetaraan Gender dalam Kerangka SDGs ke-5

Kesadaran gender merupakan salah satu inti dalam agenda pembangunan global yang telah diakui secara luas sebagai salah satu syarat penting bagi tercapainya pembangunan manusia yang berkelanjutan. Pada tingkat yang paling mendasar, konsep gender harus dibedakan secara jelas dari konsep jenis kelamin biologis. Gender sendiri sebetulnya adalah konstruksi sosial yang menentukan peran, tanggung jawab, dan hubungan kuasa antara laki-laki dan perempuan dalam masyarakat. Gender tidak seperti jenis kelamin biologis dan kodrati, ia dapat berubah seiring dengan berjalannya waktu sebab dari budaya maupun kondisi sosial tertentu.

Berbagai norma patriarki telah mengakar dalam tatanan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat selama berabad-abad. Hal ini kemudian memicu ketidaksetaraan gender yang ditemukan hampir di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Berdasarkan data dari IMF di tahun 2019, hanya sekitar 47% perempuan yang secara aktif berpartisipasi dalam angkatan kerja global, dibandingkan dengan 72% laki-laki. Hal ini merupakan sebuah angka yang menunjukkan betapa lebarnya kesenjangan partisipasi gender di ranah publik saat ini [1]. Kesenjangan tersebut lebih dari sekadar masalah statistik, hal ini menunjukkan bahwa adanya hambatan struktural terhadap pelaksanaan hak-hak perempuan di semua bidang dalam kehidupan bermasyarakat.

Untuk mengatasi situasi tersebut, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) telah menetapkan Sustainable Development Goals (SDGs) yang salah satu tujuannya yaitu yang ke-5 adalah mengenai "Mewujudkan Kesetaraan Gender dan Memberdayakan Semua Perempuan dan Anak Perempuan." SDGs memiliki beberapa sasaran khusus yang harus dicapai pada tahun 2030, seperti mengakhiri segala bentuk diskriminasi terhadap semua perempuan dan anak perempuan, menghapuskannya segala bentuk kekerasan seksual, dan mengakhiri segala bentuk praktik berbahaya seperti pernikahan usia dini dan perkawinan paksa. Nugroho [2] mengembangkan empat indikator komprehensif untuk pemberdayaan perempuan. Keempat indikator tersebut adalah akses seperti kesetaraan dalam mengakses sumber daya, partisipasi yakni kesetaraan dalam berpartisipasi dalam pemanfaatan aset dan sumber daya, dan kontrol yaitu kesetaraan dalam mengendalikan dan memanfaatkan sumber daya serta manfaat yaitu kesetaraan dalam menikmati hasil pembangunan. Keempat indikator tersebut secara bersama-sama memberikan kerangka kerja analitis yang berguna untuk mengukur sejauh mana perempuan dilibatkan dalam angkatan kerja.

Dalam hal advokasi digital, pencapaian SDGs kelima tidak lagi bergantung pada kebijakan pemerintah dan program resmi lembaga internasional. Media sosial telah memberi masyarakat sipil ruang baru untuk berpartisipasi secara aktif dalam membangun standar sosial yang lebih adil gender. Nasriyah [3] menemukan bahwa unggahan konten kesetaraan gender di *platform* digital secara signifikan berkorelasi

dengan tingkat kesadaran gender yang lebih tinggi di kalangan remaja. Hasilnya mendukung pernyataan bahwa kampanye digital seperti yang dilakukan oleh @katanyasetara benar-benar memainkan peran penting dalam ekosistem yang lebih luas yang mendukung kesetaraan gender.

Oleh karena itu, fondasi konseptual yang saling melengkapi untuk memahami secara menyeluruh mengenai fenomena akun @katanyasetara dibentuk oleh ketiga kerangka teori yang disebutkan di atas yaitu aktivisme digital, komunikasi pembangunan, dan kesetaraan gender yang berdasarkan SDGs ke-5. Dengan bantuan konsep komunikasi pembangunan, kita dapat lebih memahami bagaimana pesan perubahan sosial dikemas dan disebarluaskan. Aktivisme digital menjelaskan mekanisme dan dinamika partisipasi publik dalam gerakan berbasis media sosial. Di sisi lain, kerangka SDGs ke-5 memberikan orientasi normatif yang jelas tentang tujuan akhir yang ingin dicapai yaitu terwujudnya kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan sebagai bagian penting dari pembangunan manusia yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Dalam penelitian ini, media sosial khususnya Instagram dikategorikan sebagai “arena ketiga” dalam advokasi gender yang mengacu pada ruang komunikasi di luar institusi formal dan organisasi masyarakat sipil konvensional. Akun @katanyasetara memanfaatkan media sosial melalui kecepatan dan jangkauannya untuk membangun komunitas virtual. Framing media sosial mengintegrasikan perspektif komunikasi pembangunan, aktivisme digital, dan SDGs ke-5, dimana @katanyasetara berperan sebagai agen yang partisipatif dan kontekstual sebagai upayanya untuk membangun jaringan advokasi berbasis narasi personal serta mendekonstruksikan norma gender tidak setara dan meningkatkan kesadaran tentang hak-hak perempuan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data studi literatur dan observasi konten. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi alamiah dan penelitian ini memiliki tujuan untuk menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata lisan maupun tertulis (Safarudin et al., 2023). Artinya penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan dan memahami bagaimana suatu fenomena terjadi secara mendalam berdasarkan kondisi nyata. Dalam penelitian ini, postingan yang dianalisis dari akun @katanyasetara berjumlah 3 unggahan yang diupload pada 20 April, 29 April, dan 31 Maret. Dengan periode pengamatan sepanjang dua bulan dari 20 April 2026 sampai dengan 31 Juni 2026. Kedua unggahan tersebut dipilih sebab memiliki konsep dan topik yang sesuai salah satu kajian dari penelitian ini yaitu kesetaraan gender berdasarkan SDG2 ke-5. Selain itu, kedua unggahan tersebut juga dipilih berdasarkan engagement khalayak atau pengguna Instagram terhadap unggahan tersebut yang dibuktikan melalui jumlah likes dan comment yang cukup ramai pada kedua unggahan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan informasi yang disajikan berdasarkan data pernyataan seseorang maupun dokumen tertulis yang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Dalam hal ini penelitian ini mencakup deskripsi terkait akun instagram @katanyasetara dalam meningkatkan kepedulian mengenai kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan melalui strategi konten, pengelolaan informasi, dan dampak yang dirasakan oleh para audiens. Teknik studi literatur digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data fakta dan teori dari artikel jurnal yang relevan dengan konsep kesetaraan gender, pemberdayaan manusia, dan media sosial sebagai sarana komunikasi pembangunan. Sementara teknik observasi konten digunakan untuk melakukan pengamatan langsung terhadap akun instagram @katanyasetara meliputi profil akun, jenis unggahan konten, strategi penyebaran informasi, interaksi audiens melalui likes dan komentar serta manfaat dan pengaruhnya bagi pembaca.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil dan Karakteristik Konten @katanyasetara

4.1.1 Identitas dan Postingan Akun

Akun Instagram @katanyasetara merupakan salah satu contoh konkret dari fenomena *digital activism* yang semakin masif keberadaannya di kalangan masyarakat Indonesia khususnya dalam konteks kampanye kesetaraan gender. Dalam kerangka kajian komunikasi digital, akun ini dapat dikategorikan sebagai *advocacy-based social media account* yaitu sebuah platform media sosial yang secara sadar dirancang untuk mendorong perubahan sosial melalui edukasi publik. Hal ini sejalan dengan temuan Loader dan Mercea [1] dalam jurnalnya yang bertajuk *Information, Communication & Society* yang menyatakan bahwa media sosial telah bertransformasi menjadi instrumen advokasi politik dan sosial yang efektif terutama bagi kelompok masyarakat yang selama ini terpinggirkan dari ruang-ruang diskursus formal.

Nama akun “katanyasetara” sendiri memiliki muatan retorik yang kuat. Frasa “katanya” dalam bahasa Indonesia sendiri artinya mengandung nuansa ironi dan skeptisme terhadap klaim kesetaraan yang sering disuarakan tetapi tidak terwujud dalam praktik sosial sehari-hari. Pilihan penggunaan kata ini mencerminkan adanya pendekatan kritis yang digunakan oleh akun tersebut dalam mempertanyakan narasi dominan terkait kesetaraan yang masih bersifat argumen semata. Schmid [2] berpendapat bahwa pendekatan yang digunakan ini relevan dengan konsep *counter-narrative* dalam komunikasi politik dimana aktor non-negara membangun narasi tandingan terhadap sebuah arus utama untuk wacana tertentu.

4.1.2 Identitas Visual sebagai Strategi Komunikasi

Salah satu elemen paling menonjol dari akun @katanyasetara adalah konsistensi identitas visual yang digunakannya. Akun ini secara konsisten menggunakan palet warna ungu dan kuning yang memiliki warna simbolik tersendiri dalam konteks gerakan feminisme global. Warna ungu secara historis telah lama diiriskan dengan gerakan suffragette dan perjuangan hak-hak perempuan sejak awal abad ke-20, sementara kombinasi warna yang mencolok berfungsi untuk meningkatkan visual saliency konten di tengah kepadatan informasi di platform Instagram [1].

Logo akun yang menggabungkan simbol ≠ (tidak sama dengan) dengan ? (tanda tanya) merupakan pilihan desain yang cerdas dalam ilmu semiotika. Dalam kerangka semiotika milik Peircean, kombinasi dua tanda ini bekerja sebagai simbol sekaligus argumen yang mengomunikasikan bahwa adanya ketidaksetaraan sebagai sesuatu yang perlu dipertanyakan juga dipertantang dan bukan diterima begitu saja sebagai suatu fakta alamiah. Interpretasi *semiotics* ini memperkuat posisi akun sebagai agen dekonstruksi terhadap berbagai norma sosial yang bias akan gender. Studi Highfield dan Leaver [2] dalam *Information, Communication & Society* juga mengonfirmasi bahwa identitas visual yang konsisten dan bermakna secara simbolik terbukti meningkatkan *brand recognition* dan kepercayaan audiens terhadap akun-akun advokasi di Instagram.

4.1.3 Strategi Bahasa dan Pendekatan Komunikasi

Dari sisi pendekatan komunikasi, akun @katanyasetara mengadopsi strategi yang oleh para ahli komunikasi disebut sebagai *infotainment approach* yakni mengemas informasi serius dan kompleks dalam format yang menghibur dan mudah dicerna. Isu-isu berat seperti patriarki struktural, pelecehan verbal (*cat-calling*), diskriminasi gender di ruang kerja, dan feminisme interseksional dikomunikasikan dengan gaya bahasa yang santai, *relatable*, dan dialogis. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens muda sebagaimana diperlihatkan melalui penelitian Vraga dan Bode [1] dalam jurnal *Political Communication* yang menemukan bahwa konten pendidikan yang dikemas secara informal dan conversational mampu meningkatkan pemahaman dan penyerapan informasi terhadap kelompok dengan rentang usia 18 sampai 20 tahun secara signifikan.

Pilihan untuk menggunakan bahasa Indonesia yang kasual dan dekat dengan keseharian anak muda juga mencerminkan kesadaran akun ini akan target pasarnya. Alih-alih menggunakan terminologi akademis yang kaku seperti patriarki hegemonik atau subordinasi gender, konten @katanyasetara cenderung menggunakan analogi dan berbagai contoh yang familiar dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Dutta [2] berpendapat bahwa pendekatan ini sejalan dengan prinsip *cultural localization* dalam komunikasi kesehatan dan sosial dimana efektivitas pesan sangat bergantung pada kesesuaiannya dalam konteks budaya dan bahasa bagi penerima pesannya.

4.1.4 Format Konten dan Diversifikasi Media

Dari sisi format produksi kontennya, @katanyasetara menampilkan diversifikasi yang mencerminkan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumsi media di Instagram. Penggunaan carousel edukatif misalnya merupakan salah satu format yang paling efektif dalam menyampaikan informasi yang berlapis sebab lebih memungkinkan bagi audiens untuk mengontrol kecepatan membacanya dan mengeksplorasi konten secara lebih mendalam. Hutchinson [1] dalam *Social Media Today* menjelaskan lewat publikasi yang ditulis oleh Later bahwa postingan carousel di Instagram menghasilkan tingkat *engagement* rata-rata tiga kali lebih tinggi dibandingkan postingan gambar tunggal karena algoritma Instagram yang cenderung lebih untuk memprioritaskan format yang mendorong interaksi lebih panjang. Sementara itu, penggunaan konten inspiratif yang menampilkan berbagai tokoh perempuan Indonesia seperti R.A Kartini, Najwa Shihab, dan Susi Pudjiastuti berfungsi sebagai *role model framing* yang mana hal ini merupakan sebuah strategi komunikasi yang menampilkan figur-figur nyata sebagai bukti konkret bahwa kesetaraan gender bukan sekadar ideal abstrak melainkan sesuatu yang telah dan sedang diwujudkan dalam lingkungan masyarakat di Indonesia. Strategi ini relevan dengan teori social learning milik Bandura [2] yang

menegaskan bahwa observasi terhadap model yang relevan secara kultural merupakan salah satu mekanisme paling efektif dalam pembentukan sikap dan perilaku baru di masyarakat.

Secara keseluruhan, akun @katanyasetara merupakan contoh nyata bagaimana kampanye sosial berbasis media digital dapat dirancang secara strategis dan terstruktur untuk menjangkau audiens yang lebih luas khususnya generasi muda di Indonesia. Akun ini hadir tidak sekadar sebagai saluran informasi biasa melainkan memposisikan dirinya sebagai ruang edukasi alternatif yang mempertemukan berbagai isu gender yang selama ini dianggap berat dan elitis dengan menggunakan bahasa sehari-hari yang lebih mudah dipahami dan dekat dengan kehidupan nyata audiensnya. Keberhasilan akun @katanyasetara dalam membangun identitasnya tidak terlepas dari konsistensi tiga elemen utama yang saling menopang satu sama lain yaitu identitas visual kuat dan bermakna simbolik, pendekatan bahasa yang komunikatif dan *relatable* serta diversifikasi format konten yang disesuaikan dengan perilaku konsumsi media melalui platform Instagram. Ketiga elemen ini bekerja secara sinergis untuk menciptakan pengalaman komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mengundang audiens untuk berpikir kritis dan terlibat secara aktif dalam diskursus kesetaraan gender. Kemudian yang perlu digarisbawahi adalah bahwa akun ini beroperasi bukan sebagai organisasi formal dengan struktur yang kaku melainkan sebagai gerakan berbasis jaringan yang bersifat cair dan partisipatif. Setiap pengguna yang membagikan, mengomentari, atau berinteraksi dengan kontennya secara tidak langsung turut memperluas jangkauan kampanye miliknya. Dalam konteks ini, akun @katanyasetara mencerminkan pola aktivisme digital kontemporer dimana batas antara konsumen dan produsen pesan menjadi semakin kabur dan partisipasi publik tidak lagi membutuhkan keanggotaan formal dalam sebuah organisasi.

Oleh sebab itu, profil dan karakteristik dari akun @katanyasetara menunjukkan bahwa kampanye kesetaraan gender di era digital tidak harus selalu dikemas dalam format yang kaku dan akademis untuk dapat dianggap serius. Justru malah sebaliknya, pendekatan yang lebih personal, visual, dan berbasis narasi lokal terbukti mampu untuk membuka percakapan yang lebih inklusif dan menjangkau segmen masyarakat yang sebelumnya mungkin tidak tertarik atau merasa tidak terhubung dengan isu-isu gender secara konvensional.

4.2 Analisis Strategi Meningkatkan *Awareness*

4.2.1 Simplifikasi Isu sebagai Strategi Utama

Salah satu strategi paling mendasar yang diterapkan oleh akun @katanyasetara adalah kemampuannya dalam menyederhanakan berbagai isu sosial yang secara akademis memiliki kompleksitas tinggi menjadi konten yang dapat dikonsumsi dengan mudah oleh masyarakat umum. Dalam literatur komunikasi, strategi ini dikenal sebagai framing yaitu proses selektif dalam mengemas dan menyajikan informasi agar audiens dapat memahami isu tertentu melalui sudut pandang yang telah dirancang secara strategis. Entman [1] dalam *Journal of Communication* mendefinisikan framing sebagai proses memilih beberapa aspek dari realitas yang dipersepsi dan menjadikannya lebih menonjol dalam konteks komunikasi sehingga mendorong definisi masalah, interpretasi kausal, dan rekomendasi moral tertentu. Dalam konteks akun @katanyasetara, framing dilakukan dengan cara mengambil berbagai isu struktural seperti patriarki dan diskriminasi gender lalu menerjemahkannya ke dalam pengalaman sehari-hari yang familiar bagi audiens muda Indonesia seperti komentar body shaming dari keluarga saat hari raya atau perlakuan berbeda antara anak laki-laki dan perempuan dalam keluarga.

Strategi simplifikasi ini bukan berarti mengorbankan kedalaman substansi. Penelitian Brossard dan Scheufele [2] yang dipublikasikan melalui *Journal Science* menunjukkan bahwa komunikasi sains dan isu sosial yang efektif justru membutuhkan keseimbangan antara akurasi informasi dan aksesibilitas bahasa. Akun yang berhasil merupakan sebuah akun yang mampu mempertahankan esensi dari isu yang diangkat sambil secara bersamaan membuatnya terasa relevan dan tidak mengancam bagi audiens yang belum familiar dengan topik tersebut. @katanyasetara tampak memahami prinsip ini dengan baik terbukti dari cara bagaimana kontennya mengangkat konsep feminisme bukan sebagai ideologi yang menakutkan melainkan sebagai sebuah perspektif yang membela kepentingan semua gender secara adil.

4.2.2 Penggunaan Contoh Kasus Kontekstual sebagai Jembatan Empati

Strategi lainnya yang patut disoroti adalah penggunaan contoh kasus yang digunakan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia sebagai jembatan untuk membangun empati dan relevansi personal pada audiens. Dalam teori komunikasi persuasif, strategi ini beroperasi melalui mekanisme

narrative transportation yaitu sebuah proses dimana audiens secara psikologis terbawa masuk ke dalam narasi yang disajikan sehingga batas antara cerita dan pengalaman pribadi menjadi kabur. Green dan Brock [1] dalam *Journal of Personality and Social Psychology* membuktikan bahwa audiens yang mengalami narrative transportation menunjukkan perubahan sikap yang lebih besar dan lebih tahan lama dibandingkan audiens yang hanya menerima argumentasi faktual tanpa konteks naratif.

Dengan menampilkan berbagai contoh konkret seperti pengalaman perempuan yang dikomentari penampilannya di tempat kerja, tekanan sosial untuk segera menikah atau perlakuan tidak setara dalam pembagian pekerjaan rumah tangga, @katanyasetara berhasil mengubah isu gender dari sebuah konsep abstrak menjadi pengalaman yang dapat dirasakan dan diidentifikasi langsung oleh audiensnya. Pendekatan ini secara tidak langsung juga membangun collective identity di antara para pengikutnya yaitu perasaan berbagai pengalaman dan perjuangan yang sama yang pada akhirnya mendorong keterlibatan yang lebih aktif baik dalam bentuk komentar, berbagai cerita maupun penyebaran konten kepada circle pertemanan mereka. Klandermans [2] dalam *The Social Psychology of Protest* menegaskan bahwa identitas kolektif merupakan salah satu prasyarat penting untuk terbentuknya gerakan sosial yang berkelanjutan dan akun @katanyasetara tampaknya berhasil membangun fondasi tersebut melalui berbagai unggahan konten di akun media sosialnya.

Tabel 1. Hasil Observasi Konten Instagram @katanyasetara

No	Tema Konten	Format	Strategi Komunikasi	Pesan Utama	Engagement
1.	Menstruasi bukan sebuah aib	Reels	Bahasa Relatable	Bentuk kesetaraan gender dengan menormalisasi menstruasi yang dialami Perempuan dan penghapusan stigma buruk terhadap tubuh Perempuan sebagai bentuk pemberdayaan Perempuan.	562 ribu likes, 2.619 komentar, dan 49,3 ribu repost
2.	Edukasi mengenai istilah-istilah misoginis terhadap perempuan	Carousel	Menggunakan bahasa sederhana dengan contoh yang dekat di kehidupan sehari-hari audiens	Mengedukasi audiens mengenai penggunaan bahasa misoginis seperti “barang bekas”, “dipake”, dan “tobrut” yang dapat merendahkan derajat perempuan	2.711 likes, 591 repost, dan 276 dibagikan
3.	Kritik terhadap stigma sosial mengenai keperawanan perempuan	Carousel	Menyajikan fakta dan referensi dari WHO. Serta menggunakan pendekatan yang dekat dengan masyarakat	Menjelaskan bahwa nilai dan martabat perempuan tidak ditentukan oleh status keperawanan, melainkan lewat kemanusiaan dan pilihan hidup individu	4.350 likes, 890 repost, dan 367 dibagikan

Sumber : hasil observasi akun instagram @katanyasetara

4.3 Dampak dan Respon Audiens

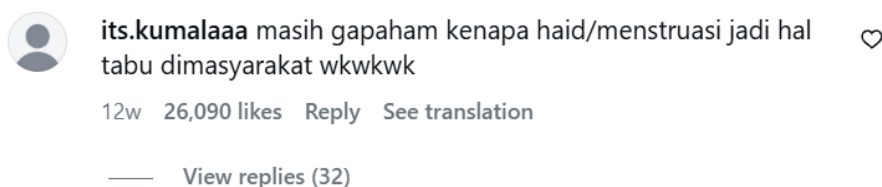
4.3.1 Konten Pertama



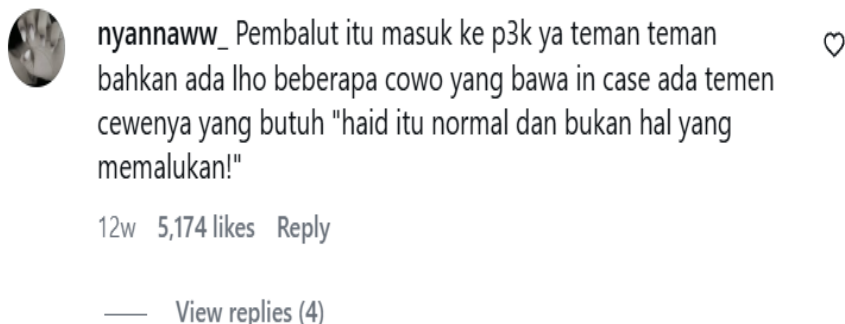
Gambar 1. Judul konten: “POV: Bawa pembalut tanpa diumpetin karena sadar haid bukan aib”
Sumber : akun instagram @katanyasetara

Pada gambar 1 dengan judul konten: “POV: Bawa pembalut tanpa diumpetin karena sadar haid bukan aib”. Informasi yang disampaikan adalah pesan utama yang ingin disampaikan dalam postingan ini adalah terkait kesetaraan gender dengan menormalisasi menstruasi yang dialami perempuan dan penghapusan stigma buruk terhadap tubuh perempuan sebagai bentuk pemberdayaan perempuan. @katanyasetara dalam narasi tersebut berusaha merubah pola pikir masyarakat serta membangun kesadaran bahwa menstruasi adalah hal normal karena merupakan proses biologis yang alami dan bukan hal yang memalukan pada ruang publik.

Dampak dan respon audiens: Konten ini mendapat respon yang sangat baik dengan melihat dari jumlah likes yang mencapai 562 ribu, 2.619 komentar, dan 49,3 ribu kali dibagikan ulang. Hal ini menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang tinggi dan menandakan bahwa isu yang diangkat memiliki dampak kuat di kalangan pengguna instagram. Tingginya angka interaksi tersebut menandakan bahwa mereka tidak hanya menikmati konten secara pasif tapi berdampak baik dan mendorong diskusi antar audiens di kolom komentar. Mayoritas komentar mengarah pada hal positif seperti “mens itu normal dan bukan hal yang memalukan” serta “masih gapaham kenapa haid jadi hal tabu di masyarakat”.

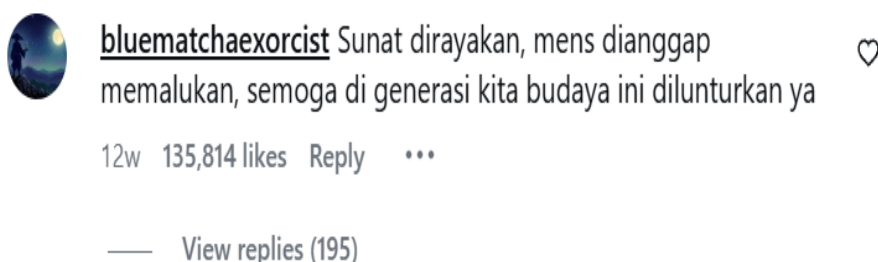


Gambar 2. Respons audiens
Sumber : akun instagram @katanyasetara



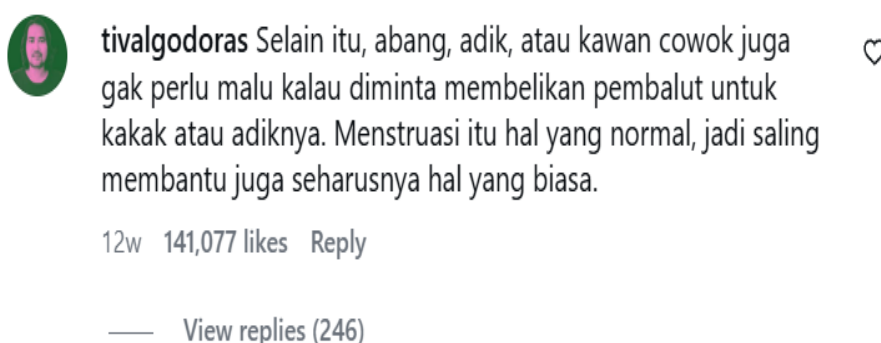
Gambar 3. Respons audiens
Sumber : akun instagram @katanyasetara

Hal ini dengan tidak langsung membuktikan adanya kesadaran kolektif yang sudah terbentuk mengenai pentingnya penghapusan stigma negatif terhadap tubuh perempuan dan sebagai bentuk kesetaraan gender.



Gambar 4. Respons audiens
Sumber : akun instagram @katanyasetara

Selain komentar positif terdapat salah satu komentar yang mengatakan "*sunat dirayakan, mens dianggap memalukan*". Komentar ini dapat dianalisis sebagai adanya kritik sosial mengenai norma budaya yang secara implisit membandingkan bagaimana hal biologis dalam tubuh laki-laki dan perempuan bisa diperlakukan sangat berbeda dalam pandangan sosial masyarakat. Selain perempuan ada juga laki-laki yang berkomentar mengenai perluasan makna pemberdayaan perempuan.



Gambar 5. Respons audiens
Sumber : akun instagram @katanyasetara

Komentar ini dengan serta merta mengajak para laki-laki untuk tidak malu dalam membantu perempuan terkait masalah menstruasi, misalnya dengan membelikan pembalut. Berbagai macam komentar dan respon pada audience pada postingan ini secara tidak langsung menciptakan ruang dialog publik yang mendorong perubahan persepsi sosial. Dengan demikian akun instagram @katanyasetara telah membuka ruang dialog publik yang menyebabkan perluasan komunikasi digital lewat media sosial semakin efektif, karena dapat

terjadinya diskusi, pertukaran pengalaman, kritik, opini, hingga respon-respon positif yang mendorong penyebaran kepedulian terhadap kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan.

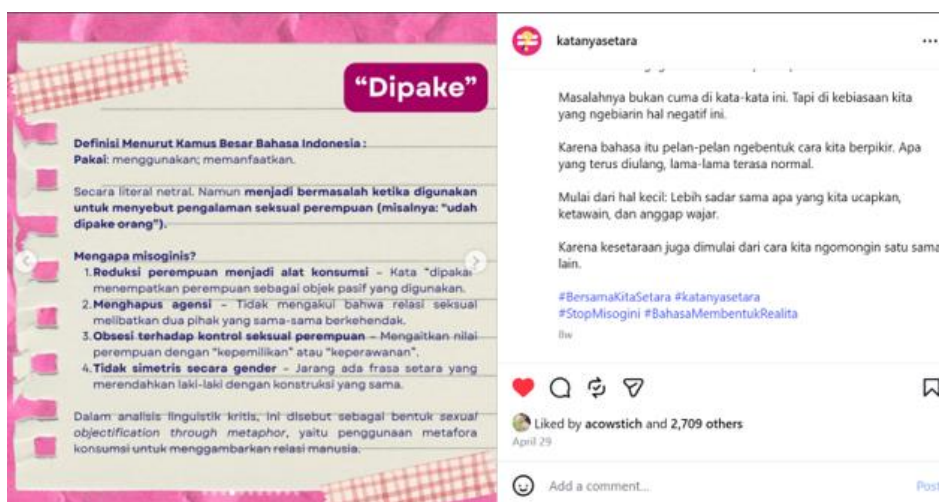
4.3.2 Konten Kedua



Gambar 6. Judul konten: “*Misogyny Glossary*”

Sumber : akun instagram @katanyasetara

Berdasarkan gambar 6, pesan utama dari postingan ini adalah memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai penggunaan bahasa yang bersifat misoginis terhadap seorang perempuan. Melalui pemakaian bahasa/istilah seperti “udah dipake”, “barang bekas”, “turun mesin” dan lainnya pada akun @katanyasetara berupaya untuk menunjukkan bahwa pemakaian kata ini tidak hanya digunakan dalam bentuk ekspresi sehari-hari tetapi juga mengandung bahasa yang mengobjektifikasi perempuan. Dalam narasinya, postingan ini menjelaskan bahwa istilah tersebut dapat membuat perempuan menjadi objek konsumsi, mengabaikan hak perempuan dalam menentukan pilihan berhubungan seksual, serta memperkuat tingginya standar ganda berbasis gender. Dapat disimpulkan bahwa konten ini berupaya untuk membangun kesadaran setiap audiens, bahwa penggunaan bahasa memiliki peran yang penting dalam membentuk pola pikir dan cara pandang masyarakat terhadap perempuan.



Gambar 7. Respon audiens

Sumber : akun instagram @katanyasetara

Berdasarkan gambar 7, konten ini mendapatkan respon positif dari audiens dengan jumlah likes mencapai 2.709 akun. Meskipun tidak mendapatkan interaksi yang sebesar konten sebelumnya mengenai menstruasi, berdasarkan jumlah like yang menunjukkan adanya perhatian terhadap isu misogini dari suidien yang ada

Peran Media Sosial dalam Komunikasi Pembangunan: Analisis Konten Instagram @katanyasetara terhadap Edukasi Kesetaraan Gender dan Pemberdayaan Perempuan (Aulia Zahrannissa Yunash)

di instagram. Beberapa tanggapan dan respon yang muncul memperlihatkan bahwa audiens mulai mengetahui bahwa istilah yang dianggap umum atau sepele dapat diartikan sebagai diskriminasi dan tindak ketidaksetaraan gender.

4.3.3 Konten Ketiga



Gambar 8. Judul konten: “Women should be virgin while Men not?” Keperawanan adalah konstruksi sosial?

Sumber : akun instagram @katanyasetara

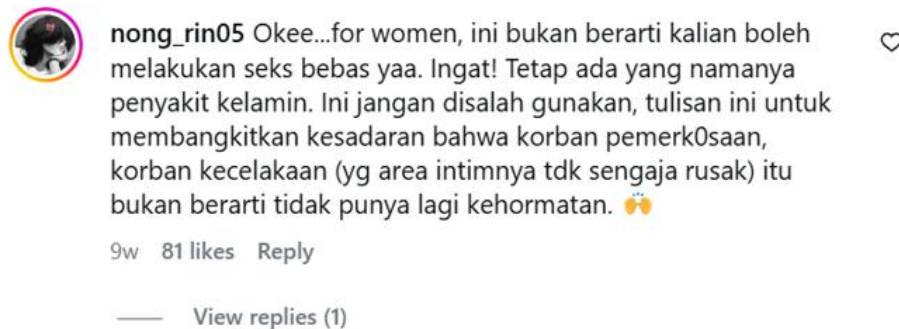
Berdasarkan gambar 8, pesan utama yang dimaksud dalam postingan ini adalah narasi yang mengkritisi stigma sosial yang selalu menganggap keperawanan adalah sebuah tolak ukur untuk nilai dan martabat perempuan. Akun @katanyasetara menjelaskan bahwa konsep keperawanan bukanlah sebuah konsep medis yang sifatnya universal, melainkan ini adalah bentuk dari konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh norma budaya, agama, dan sistem patriarki. Disebutkan dalam postingan ini bahwa akun ini berusaha merubah cara pandang seseorang dengan menegaskan bahwa nilai perempuan tidaklah hanya ditentukan oleh kondisi tubuh maupun pengalaman seksualnya. Cara pandang masyarakat terhadap Perempuan seharusnya diukur dari kemanusiaan, pilihan hidup, pengalaman, dan sikapnya. Konten ini memberikan edukasi kepada masyarakat lewat media sosial mengenai adanya standar ganda gender yang menyebabkan perempuan lebih sering menerima stigma masyarakat dibanding laki-laki.





Gambar 9. Respon audiens
Sumber : akun instagram @katanyasetara

Dampak dan respon audiens : konten ini memperoleh respon yang cukup baik karena mencapai 4.348 *likes*. Tingginya angka interaksi ini menunjukkan bahwa isu mengenai keperawanan masih menjadi topik yang relevan dengan keadaan realita pada masyarakat Indonesia. Respon audiens di kolom komentar juga menjadi bentuk dari keterlibatan aktif dalam mendiskusikan hubungan antara budaya patriarki, diskriminasi sosial, dan norma sosial.



Gambar 10. Respon audiens
Sumber : akun instagram @katanyasetara

Salah satu komentar yang muncul menegaskan bahwa pembahasan mengenai keperawanan bukan berarti mendorong perilaku seksual bebas tetapi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran bahwa nilai perempuan dan kehormatannya tidak ditentukan oleh kondisi fisik atau pengalaman seksualnya. Komentar ini juga menjelaskan bahwa komentarnya juga sebagai bentuk penghormatan terhadap korban kekerasan seksual maupun korban kecelakaan yang sering kali dianggap tidak layak akibat stigma sosial yang diciptakan oleh masyarakat sosial.



Gambar 11. Respon audiens

Sumber : akun instagram @katanyasetara

Selain itu, terdapat komentar lain yang membahas mengenai pendapat kontra nya terhadap pernyataan mengenai postingan tersebut. Komentar ini menunjukkan adanya perbedaan pandangan di kalangan audiens, ia mengatakan bahwa preferensi laki-laki dalam memilih perempuan yang masih perawan adalah bentuk dari “preferensi biologis” dan tidak ada urusannya dengan konstruksi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian masyarakat yang memiliki pola pikir dalam memandang keperawanan perempuan sebagai sesuatu yang sifatnya alamiah dan pasti melekat pada perempuan. Komentar ini jelas membuktikan kepada kita bahwa isu kesetaraan gender memang masih ada, khususnya stigma keperawanan di kalangan masyarakat sosial dan masih sering diperdebatkan dalam ruang digital.

Komentar selanjutnya memiliki pendapat yang berbeda, ia membahas mengenai kritiknya terhadap kesetaraan gender dan perilaku standar ganda di lingkungan masyarakat, yaitu ketika laki-laki menginginkan perempuan yang masih perawan tetapi mereka sendiri bukan lah orang yang terbebas dari aktivitas seksual. Hal ini dapat dianalisis sebagai bentuk kritik terhadap budaya patriarki yang sudah mengakar pada kebudayaan di Indonesia, padahal budaya ini cenderung memberikan beban moral yang lebih besar kepada perempuan dibandingkan laki-laki.

Beragam komentar tersebut menunjukkan adanya interaksi yang terjadi dan terbentuknya ruang diskusi publik lewat akun @katanyasetara. Hal ini juga menunjukkan bahwa konten yang diunggah berhasil menarik minat audiens dengan adanya komentar pro, kontra, maupun kritik yang membuktikan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi saja, tetapi juga bisa menjadi ruang diskusi dan pertukaran gagasan yang bisa mendorong kesadaran audiens untuk kembali merenungkan kembali norma sosial yang selama ini dianggap sudah benar.

4.4 Tantangan yang dihadapi

4.4.1 Menentukan konten yang relevan untuk audiens

Hal ini merupakan tantangan terbesar yang dirasakan oleh pengelola akun @katanyasetara, dimana pembuatan konten harus dibuat relevan dan sesuai dengan minat audiens agar pesan mengenai kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan bisa tersampaikan dengan baik. Pengelola akun @katanyasetara harus memilih isu dengan baik agar bisa dikemas dengan serius dalam konten yang menarik.

4.4.2 Mengaitkan isu kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan dengan *trend topic*

Pengelola akun @katanyasetara harus mampu menganalisis isu dan mengelola pemikiran mereka menjadi sebuah konten edukatif yang menyesuaikan berita viral. Hal itu perlu penyesuaian yang mendalam dan analitis agar pesan edukatif yang disampaikan bisa tetap menarik dan tidak kehilangan makna.

4.4.3 Meminimalkan kesalahpahaman dalam penyampaian informasi

Setelah konten selesai dibuat, muncul tantangan baru yaitu bagaimana mereka harus memastikan tidak terjadinya disinformasi yang bisa berakibat pada kesimpulan yang salah bahkan menimbulkan kontroversi yang tidak perlu.

4.4.4 Keterbatasan kajian akademik yang relevan untuk isu kontemporer

Dari sisi riset, hambatan terbesarnya adalah bagaimana sulitnya menemukan jurnal, buku, atau sumber bacaan sebagai dasar teori yang kuat untuk isu kontemporer. Isu kontemporer sering kali belum banyak dibahas dalam penelitian di Indonesia sehingga sulit menemukan referensi yang kredibel.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang kami lakukan dapat disimpulkan bahwa akun instagram @katanyasetara memiliki peran yang cukup efektif dalam menyebarkan tingkat kepedulian terhadap kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, jika dilihat dari hasil diskusi interaktif dalam kolom komentar, jumlah likes dan share para beberapa postingan instagram mereka membuktikan bahwa strategi penyajian konten yang relevan sudah bisa menarik minat audiens sehingga bisa membuka ruang diskusi. Penyajian konten yang relevan seperti penghapusan stigma terhadap perempuan dalam kasus menstruasi yang masih tabu di masyarakat juga menjadi faktor meningkatnya engagement akun ini. Akun ini turut membantu merealisasikan SDGs Ke-5 dengan membuat konten informatif yang bisa membuka ruang diskusi seperti diatas, ini juga merupakan bentuk dari pengaruh media sosial terutama instagram dalam membantu merubah pola pikir masyarakat dan sebagai platform informatif. Meskipun demikian masih ada beberapa tantangan seperti perbedaan perspektif, norma sosial dan budaya, kritik pro dan kontra yang akan terus

bertabrakan dengan informasi yang disampaikan oleh akun @katanyasetara. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang baik dalam menyelesaikan berbagai persoalan, agar kedepannya akun ini tetap bisa menyebarkan informasi yang lebih luas dan mampu membantu merubah perspektif yang salah diartikan oleh masyarakat di lingkup sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anwar, Manajemen Pemberdayaan Perempuan (Perubahan Sosial Melalui Pembelajaran Vocational Skill pada Keluarga Nelayan. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2007.
- [2] D. J. Audina, "Kesetaraan Gender dalam Perspektif Hak Asasi Manusia," *Nomos: Jurnal Penelitian Ilmu Hukum*, vol. 2, no. 4, pp. 148–154, 2022, doi: 10.56393/nomos.v1i6.60.
- [3] A. Bandura and R. H. Walters, *Social learning theory*, vol. 1. Englewood Cliffs, NJ, USA: Prentice-Hall, 1977, pp. 33-52.
- [4] W. L. Bennett and A. Segerberg, "The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics," in *Handbook of digital politics*, Edward Elgar Publishing, 2023, pp. 287-338.
- [5] D. Brossard and D. A. Scheufele, "Science, new media, and the public," *Science*, vol. 339, no. 6115, pp. 40-41, 2013.
- [6] M. J. Dutta, *Communicating health: A culture-centered approach*. Polity, 2008.
- [7] J. Earl and K. Kimport, *Digitally enabled social change: Activism in the internet age*. MIT Press, 2011.
- [8] R. M. Entman, "Framing: Towards clarification of a fractured paradigm," *McQuail's reader in mass communication theory*, vol. 390, pp. 397, 1993.
- [9] M. C. Green and T. C. Brock, "The role of transportation in the persuasiveness of public narratives," *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 79, no. 5, p. 701, 2000.
- [10] T. Highfield and T. Leaver, "Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji," *Communication Research and Practice*, vol. 2, no. 1, pp. 47-62, 2016.
- [11] A. Hutchinson, "Instagram carousel posts drive higher engagement," *Social Media Today*, 2020.
- [12] F. Kencanawati, A. Hermawan, S. Baihaqi, and A. N. Septiani, "Kondisi kesetaraan gender di Indonesia," *Jurnal Dinamika Sosial dan Sains*, vol. 1, no. 4, pp. 335-341, 2024.
- [13] P. G. Klandermans, *The social psychology of protest*. Wiley-Blackwell, 1997.
- [14] D. Lerner, *The passing of traditional society: Modernizing the Middle East*. Free Press, 1958.
- [15] E. M. Rogers, "New perspectives on communication and development: Overview," *Communication Research*, vol. 3, no. 2, pp. 99-106, 1976.
- [16] B. D. Loader and D. Mercea, "Networking democracy? Social media innovations and participatory politics," *Information, Communication & Society*, vol. 14, no. 6, pp. 757-769, 2011.
- [17] S. R. Melkote, *Communication for development in the third world: Theory and practice*. New Delhi, India: Sage Publications, 1991.
- [18] N. Nasriyah, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Remaja Tentang Kesetaraan Gender," *Harakat An-Nisa: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, vol. 8, no. 1, pp. 11-22, 2023.
- [19] R. Nugroho, "Kualitas kesetaraan gender dalam administrasi publik Indonesia: Evaluasi pada kebijakan organisasi, pendidikan dan mekanisme," *Doctoral dissertation*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia, 2002.
- [20] H. Puspitawati, *Konsep, teori dan analisis gender*. Bogor, Indonesia: Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian, 2013.
- [21] R. Safarudin, Z. Zulfamanna, M. Kustati, and N. Sepriyanti, "Penelitian kualitatif," *Innovative: Journal Of Social Science Research*, vol. 3, no. 2, pp. 9680-9694, 2023.
- [22] A. P. Schmid, *Challenging the Narrative of the "Islamic State"*. International Centre for Counter-Terrorism, 2022.
- [23] C. Shirky, *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin, 2008.
- [24] A. Sholikhah, "Statistik deskriptif dalam penelitian kualitatif," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, vol. 10, no. 2, pp. 342-362, 2016.
- [25] S. Torkington, "Women in the workforce: How closing gender gaps can accelerate economic growth," *World Economic Forum*, 2023. Accessed: Jun. 9, 2026. [Online]. Available: <https://www.weforum.org/stories/2023/10/gender-gap-women-workforce>

- [26] A. Stokes, "Color and visual communication," *Visual Communication Quarterly*, vol. 20, no. 2, 2013.
- [27] E. K. Vraga and L. Bode, "Using expert sources to correct health misinformation in social media," *Science Communication*, vol. 39, no. 5, pp. 621-645, 2017.
- [28] S. Waisbord, "Family tree of theories, methodologies, and strategies in development communication," in *Handbook of communication for development and social change*, Singapore: Springer Singapore, 2020, pp. 93-132.
- [29] A. A. Yahya, R. D. Sartika, and G. P. Susilo, "Kesenjangan Gender dalam Dunia Kerja dan Implikasinya terhadap Pembangunan," *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, vol. 9, no. 3, pp. 61-70, 2025.