

**Representasi *Male Feminist* oleh Aliansi Laki-laki Baru di Media Sosial
(Studi Etnografi Virtual Laki-laki Feminis oleh Aliansi Laki-laki Baru di
Twitter @lakilakibaru)**

**Elisabeth Windy Ancesia Simaibang
Atwar Bajari**

**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Indonesia
e-mail: elsimaibang@gmail.com, atwarbajari@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi male feminist oleh Aliansi Laki-Laki Baru di media sosial. Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi yang dikembangkan oleh Erving Goffman sebagai panduan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten tweets yang diunggah @lakilakibaru ke Twitter adalah dengan topik informasi kegiatan, kekerasan gender, pelibatan laki-laki dalam kesetaraan gender, maskulinitas pria, candaan berbau seksis, hubungan agama dan gender, politik gender, serta penggunaan istilah berbau seksis. Interaksi yang dilakukan oleh @lakilakibaru melalui fitur replies bersifat netral, solutif dan meluruskan dengan argumen yang disertai data. Kemudian, interaksi yang dilakukan oleh @lakilakibaru melalui fitur retweet dari postingan akun gerakan perempuan dan kesetaraan gender yang dianggap sejalan dengan prinsip @lakilakibaru adalah selain karena tweets tersebut penting dibaca, sekaligus untuk membangun relasi kemudian. Penggunaan bahasa verbal oleh @lakilakibaru disesuaikan dengan konteksnya, didukung dengan bahasa nonverbal yang berfungsi sebagai penegas. male feminist yang ditampilkan oleh @lakilakibaru di Twitter adalah laki-laki dapat menjadi sensitif, gentle, takut, penuh kasih sayang, serta berdandan. Laki-laki juga dapat berbagi peran (diluar peran biologis) dengan perempuan, seperti berbagi pekerjaan domestik dan pencarian nafkah. Kemudian, untuk menghindari normalisasi atas pelecehan terhadap perempuan, laki-laki yang peduli terhadap perempuan menghindari candaan seksis. Laki-laki tidak mendominasi dalam relasinya dengan pasangan dan tidak menyelesaikan masalah dengan kekerasan, baik kekerasan verbal, fisik, maupun emosional.

Kata kunci: representasi, male feminist, Laki-laki Baru, media sosial.

ABSTRACT

This research aims to capture the representation of male feminist by the New Men Alliance in their social media. The researcher used the dramaturgy theory from Erving Goffman as guideline. Meanwhile for research method, qualitative model was chosen with virtual ethnographic as the further approach. Observation, interview and literatures study were applied in the research.

The research found that the New Men Alliance's publication in their Twitter, which identified as @lakilakibaru, mainly resides in activities, gender violence, men's roles in gender equality, man masculinity, sexist jokes, relation between religion and gender, gender in politics and application of sexist terms. The topics were veiled with various styles, namely; opinion discourse, infographic discourse, tips, educative discourse and event publications. Researcher learned that the interactions built on @lakilakibaru account through replies feature were neutral, constructive and backed with reliable data. Furthermore, researcher inferred that the retweets (an action to republish someone's publication on Twitter) by @lakilakibaru on women-movement accounts' publication were based on similar vision, considered as knowledge-wise information and to build stronger relation with the latter. Researcher also found that @lakilakibaru used verbal language with contextual approach and also utilized non-verbal language to show boldness. Based on the findings, researcher concluded that @lakilakibaru depicted their male feminist on Twitter as men can be sensitive, gentle, scared, affectionate, and be pretty. Men can also share roles (except the biological roles) with women such as domestic work and earn a living. Then, to prevent normalization of sexual harrasment, men should not do sexist jokes. In their relationship, men also not dominating their partner and solve problems without violence whether verbal, physical, and emotional violence.

Keywords: *representation, male feminist, the New Men Alliance, social media.*

PENDAHULUAN

Aliansi Laki-laki Baru atau sering disingkat ALB hadir pada tahun 2009 dengan pondasi tentunya untuk mendorong porsi laki-laki dalam gerakan keadilan *gender*. Namun yang menjadi unik adalah, organisasi ini berfokus pada pentingnya membongkar konsep maskulinitas yang ternyata secara tidak langsung merugikan kaum adam. Syaldi (salah satu pendiri) dan teman-temannya di ALB sadar betul perspektif feminisme membantu laki-laki menyadari bahwa patriarki akan selalu melahirkan hierarki, yang turut menciptakan dominasi antara sesama laki-laki.

Pergerakan untuk mendapatkan kesetaraan umumnya disematkan kepada kaum perempuan. Asumsi ini bukan tanpa alasan, lantaran gerakan untuk kesetaraan antar gender memang dimulai, ditulis, dan disuarakan oleh para tokoh perempuan. Mulai dari Mary Wollstonecrafts dari abad ke 18, seorang filsuf dari Britania Raya yang menulis mengenai kurangnya pendidikan bagi perempuan, (Rahminawati, 2001). Lalu beralih

ke abad 20 yang dibawakan oleh Betty Friedan dari Amerika Serikat yang menggambarkan hidup wanita di era industrial. Kemudian ada Simone de Beauvoir dari Perancis yang menulis buku *The Second Sex* di abad yang sama seperti Betty, (Rahminawati, 2001).

Akan tetapi asumsi bahwa gerakan feminisme sepenuhnya dimiliki atau dikuasai oleh kaum perempuan saja kurang tepat lantaran dalam perjalanan sejarah feminisme, muncul sejumlah pergerakan dari kaum adam yang menyuarakan kesetaraan gender, baik itu untuk perempuan maupun untuk laki-laki. Dimulai dari gerakan yang paling terkenal pada abad ke 19 yaitu *Men's Liberation Movement* yang mengkritik keras soal maskulinitas yang membebani laki-laki. Lalu terdapat gerakan *Men's Rights Movement* yang pada tahun 1980an di Amerika Serikat yang menyuarakan bahwa peran laki-laki yang selama ini disematkan kepada mereka adalah memberatkan. Namun perlu dicatat bahwa pergerakan ini mendapat suara sumbang dari para feminis yang

menganggap mereka sebagai anti-feminis.

Memang terdapat sejumlah debat atau diskursus yang menganggap bahwa laki-laki tak bisa ikut serta dalam gerakan feminisme. Salah satunya adalah yang disuarakan oleh Simon de Beauvoir yang secara terang-terangan menyatakan bahwa tak bisa laki-laki ikut dalam perjuangan ini lantaran hanya perempuan lah yang dapat memahami penderitaan kaumnya sendiri.

Akan tetapi ada juga yang tidak sependapat dengan de Beauvoir, salah satunya adalah organisasi Perserikatan Bangsa-Bangsa yang melalui gerakan kampanye bertajuk *HeForShe*. Gerakan tersebut dimulai pada tahun 2014 silam dengan tujuan untuk meraih kesetaraan gender dan mengakhiri perlakuan negatif terhadap perempuan dengan mengajak kaum adam sebagai agen perubahan.

Lalu bagaimana dengan Indonesia? Sebagai negara yang memiliki kultur budaya lebih dari 1.000 adat ditambah karakternya yang mengakar di tiap suku ternyata

memiliki pengaruh besar terhadap corak pergerakan kaum feminisme di negara kepulauan ini. Budaya patriarki adalah salah satu kultur yang mayoritas dianut oleh para suku yang ada di Indonesia. Di Indonesia mungkin masyarakatnya yang menganut budaya matrilineal bisa dihitng oleh jari, sedang sisanya mayoritas menganut budaya patrilineal. Walaupun sebenarnya arti dari patriarki dan patrilineal berbeda, namun sebenarnya pada dasarnya budaya tersebut menempatkan perempuan sebagai subordinat. Dimana laki-laki dianggap sebagai pencari nafkah atau sering disebut kepala keluarga. Sedang, perempuan mengurus dapur dan menjaga anak-anak di rumah.

Sosok paling tepat untuk menggambarkan budaya patriarki di Indonesia adalah Raden Ajeng Kartini. Kisahnya sebelum menerbitkan buku terkenal, *Habis Gelap Terbitlah Terang* menceritakan bagaimana menjadi seorang perempuan di era Jawa kuno sangat sulit untuk berkembang, terutama dalam hal pendidikan laiknya kaum

adam, (Poerba, 2015). Kakak laki-laki Kartini, yaitu Kartono dengan mudahnya pergi ke negeri asing untuk belajar setinggi-tingginya. Dimana Kartono setidaknya bisa menguasai lima bahasa asing. Namun Kartini harus mendekam di dalam rumahnya, menunggu kehadiran seorang bangsawan lain untuk menikahinya, (Poerba, 2015).

Perjuangan Beliau tentu berdampak pada representasi perempuan yang adil di masyarakat, mulai dari politik, pendidikan, hingga kehidupan keluarga. Namun ini tak berarti gerakan akan kesadaran akan feminisme di era ini telah hilang. Salah satu buktinya adalah kehadiran media massa bernama *Magdelene.co* yang terang-terangan mengupas isu-isu mengenai feminisme. Gerakan ini menjadi salah satu contoh peralihan perjuangan feminisme dalam ranah digital. Begitu juga dengan laki-laki pro feminisme yang pada akhirnya juga membuat kampanye serupa melalui penggunaan teknologi media massa, salah satunya Aliansi Laki-laki Baru.

Alasan-alasan dibangunnya Aliansi Laki-laki Baru terlihat jelas menitikberatkan kepada kesadaran laki-laki. Sehingga dalam strategi yang mereka canangkan dalam laman web juga membuktikan bahwa mereka ingin membangun citra baru laki-laki dan melakukan upaya-upaya yang berorientasi kepada perubahan perilaku laki-laki.

Aliansi ini dalam websitenya mengatakan melakukan berbagai kegiatan yang bertujuan mendorong keterlibatan laki-laki dalam upaya pengentasan kekerasan terhadap perempuan melalui advokasi, kampanye, produksi pengetahuan, pelatihan serta aktivitas lainnya.

Hadirnya media sosial tak bisa dipungkiri berdampak besar bagi aktivitas kehidupan bermasyarakat. Dalam konteks ini, kehadiran teknologi informasi dan komunikasi dapat membantu penyampaian sebuah ideologi. Contoh positif atau dampak signifikan yang dapat diberikan dengan adanya sosial media adalah kejadian revolusi di negeri Arab yang

dinamakan *Arab Spring*.¹ Pada tahun 2011 sosial media memainkan peranan penting dalam pergantian kuasa di dua rezim : Tunisia dan Mesir. Kemudian juga untuk membawa pergerakan sosial dan politik di Bahrain dan Suriah. Media sosial umumnya digunakan di tiap pergerakan ini adalah *Twitter* dan *Facebook*.

Secara karakter, media sosial memang memiliki keuntungan dalam hal penyebaran yang bisa berlangsung dua arah, menjadikan karakter komunikasi massa yang selama ini digaungkan oleh para pakar komunikasi terkesan ketinggalan zaman. Karakter tersebut membuat penyebaran informasi menjadi lebih berkesan karena komunikan merasa lebih dekat dengan komunikator. Hal ini tentu berdampak lantaran memberikan kesan bahwa setiap komunikan adalah spesial dan memiliki nilai eksistensi yang sama.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menitikberatkan kepada

penggunaan media sosial *Twitter* karena ALB paling aktif mengunggah tulisan di *Twitter* dibandingkan dengan media sosial lainnya. Pra-riSET yang dilakukan peneliti terhadap kinerja akun *Twitter* ALB semakin memperkuat alasan peneliti menitikberatkan penelitian pada akun *Twitter* ALB.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai representasi *male feminist* ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual, dimana menurut Christine Hine dalam Bukunya yang berjudul *Virtual Ethnography* (2000), dikatakan bahwa etnografi virtual merupakan metode yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas (*users*) saat menggunakan internet tersebut. Etnografi virtual juga untuk merefleksikan implikasi-implikasi dari komunikasi termediasi di internet. Hal tersebut sesuai dengan

¹http://pircenter.org/kosdata/page_doc/p2594_2.pdf (diakses pada tanggal 9/12/17 pukul 22:21 WIB)

subjek pada penelitian ini yaitu akun Twitter @lakilakibaru sebagai media sosial yang digunakan Aliansi Laki-Laki Baru untuk bersosialisasi di ruang virtual.

Penelitian ini menggambarkan sebuah fenomena budaya siber oleh Aliansi Laki-Laki Baru di media sosial Twitter @lakilakibaru dalam merepresentasikan diri sebagai kelompok *male feminist* dengan menggunakan metode etnografi virtual. Istilah etnografi umumnya sangat erat kaitannya dengan kebudayaan, bahkan dalam studi etnografi istilah kebudayaan merupakan hal yang pokok. Dalam hal ini, makna kebudayaan dalam konteks etnografi bisa dimaknai sebagai suatu kumpulan pola perilaku serta keyakinan yang ada dalam dirinya. Etnografi juga sering dikaitkan sebagai sebuah metode penelitian. Dalam konteks metode, istilah etnografi biasa diartikan sebagai penelitian lapangan, dimana seorang peneliti tinggal dan hidup bersama orang-orang yang diteliti. Etnografi juga bisa dipakai untuk

studi mengenai kebudayaan yang ada di kelompok masyarakat tertentu, dalam hal ini dilakukan pada akun Twitter Aliansi Laki-Laki Baru yang merepresentasikan diri sebagai *male feminist*. Teori pendukung representasi *male feminist* oleh Aliansi Laki-Laki Baru di media sosial Twitter yaitu Teori Dramaturgi dari Erving Goffman.

Terdapat tiga cara pengumpulan data pada penelitian ini. Ketiganya merupakan studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Penulis menggunakan *member check* dalam uji keabsahan data penelitian yang telah dihasilkan. *Member check* dilakukan dengan cara memberikan hasil penelitian yang telah diolah oleh penulis kepada para informan untuk diperiksa kembali apakah hasil olahan penulis sesuai dengan yang dikatakan oleh informan dan diberikan saran untuk menyempurnakan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian representasi *male feminist* ini berupa konten *tweets* yang diunggah oleh @lakilakibaru di

Twitter, interaksi @lakilakibaru dengan *followers* maupun non-*followers* di Twitter, penggunaan bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan oleh @lakilakibaru dalam berkomunikasi di Twitter, serta representasi *male feminist* berdasarkan aktivitas *tweets*, *replies*, dan *retweets* serta penggunaan bahasa oleh @lakilakibaru di Twitter.

1. Konten Tweets yang diunggah @lakilakibaru di Twitter

Akun Twitter @lakilakibaru setiap hari mengunggah *tweets* dengan beragam topik yang tentunya berkaitan dengan peran mereka sebagai kelompok laki-laki feminis. Pada rentang waktu 1 Februari 2018 – 8 Maret 2018, terdapat sebanyak 96 cuitan, termasuk *tweets*, *replies* dan *retweets* dengan rincian :

Tabel 1. Jumlah tweets @lakilakibaru

1 Februari - 8 Maret 2018

Cuitan wacana	18
Cuitan <i>event</i>	4
Cuitan gambar/video	5
<i>Replies</i>	12
<i>Retweets</i> wacana	30

<i>Retweet event</i>	27
TOTAL	96

Unggahan *tweets* @lakilakibaru dikategorikan dalam empat kategori, yaitu informasi *event*, edukasi, kiat-kiat, serta opini. Pada *tweet* informasi *event*, kegiatan yang dipublikasikan adalah parade *Womens March* yang dilangsungkan sebagai perayaan Hari Perempuan Internasional, kemudian acara diskusi yang bertemakan perempuan serta isu kesetaraan gender, lalu yang terakhir adalah aksi protes dalam menuntut kesetaraan gender.

Kategori kedua adalah wacana edukasi. Topik-topik yang diunggah adalah aturan hukum terkait perempuan, hubungan laki-laki, kekerasan gender, serta feminisme, kemudian bahaya kekerasan dalam relasi, edukasi bahwa pakaian wanita bukanlah penyebab perkosaan, serta konstruksi maskulinitas dalam teks media.

Kategori ketiga adalah wacana kiat-kiat. @lakilakibaru memberi tips pada *followers* maupun non-*followers* di Twitter mengenai

pelibatan laki-laki dalam gerakan perempuan, hal yang bisa dilakukan laki-laki untuk mencegah kekerasan gender, serta membangun relasi sehat dengan pasangan.

Dan kategori yang terakhir adalah wacana opini. Akun @lakilakibaru menuangkan pemikirannya tentang kekerasan terhadap LGBT yang dilihat sebagai politik gender dan seksualitas, kemudian maskulinitas dalam agama, ketidaksetujuan terhadap penggunaan kata dengan bias gender, kehadiran konsep maskulinitas yang baru, bahaya bercanda seksis yang dapat dinormalisasi, serta pendapatnya terkait unsur maskulinitas dalam tayangan iklan produk.

2. Interaksi @lakilakibaru dengan *followers* dan *non-followers* di Twitter

Interaksi merupakan sebuah struktur yang menghubungkan khalayak maupun teknologinya yang dapat dibangun dari perangkat keras maupun perangkat lunak dari berbagai sistem media (Nasrullah, 2014). Karakteristik media sosial

yang cepat dan mudah dalam menyebarkan informasi, serta tidak mengenal waktu dan tempat membuat kegiatan komunikasi yang terpaut jarak dan waktu menjadi dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.

Pada media sosial Twitter, terdapat fitur *replies* dan *retweet* untuk berinteraksi dengan sesama pengguna. Fitur ini dimanfaatkan oleh @lakilakibaru sebagai sarana dalam berkomunikasi baik dengan *followers* maupun *non-followers*. Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, bahwa perbedaan antara fitur *replies* dengan fitur *retweet* adalah fitur *replies* untuk membalas percakapan agar sesama pengguna bisa langsung menandai lawan bicara. Sedangkan fitur *retweet* untuk me-repost cuitan akun pengguna Twitter lain sehingga cuitan tersebut masuk ke beranda dan profil pengguna.

2.1 Interaksi dengan fitur *reply*

Akun @lakilakibaru yang sering mengunggah wacana dan informasi *event* bertemakan isu gender tentu sesekali memperoleh tanggapan balik (*feedback*) dari

followers maupun *non-followers* nya. Berdasarkan pengamatan peneliti, *feedback* yang didapat tidak selamanya positif. Terkadang, ada juga yang mengkritisi atau bahkan tidak setuju. Misalnya, saat @lakilakibaru mengunggah wacana tulisan anekdot feminis berjudul “Cantik”, akun @kalaaw membalas dengan ujarannya yang malah menyindir bahwa kaum feminis ingin dispesialkan. Namun, @lakilakibaru menanggapi dengan kepala dingin, netral, serta meluruskan. Percakapan terus berlanjut dengan tanggapan dari akun @kalaaw yang akhirnya menyetujui ujaran @lakilakibaru, namun tetap dengan sedikit sinis. Pada poin itu, @lakilakibaru pun meresponnya dengan mengunggah wacana tulisan yang relevan dengan pertanyaan dari akun @kalaaw.

Tidak hanya itu, respon @lakilakibaru yang bersifat netral dan meluruskan juga terlihat dari cara @lakilakibaru menanggapi balasan dari akun @Fiki_Su yang menyatakan bahwa istilah “pelakor” juga merugikan kaum laki-laki, tidak

hanya perempuan. Menanggapi hal tersebut, @lakilakibaru kembali memberi argumen dengan berusaha tidak menyudutkan pihak laki-laki maupun perempuan. Dari situasi ini, terlihat bahwa @lakilakibaru bersifat netral dan argumennya disertai dengan data yang mendukung atau solutif yang terjadi, yang dalam konteks ini sifatnya meluruskan.

Berdasarkan wawancara, Manajer Media Sosial @lakilakibaru menyatakan bahwa sikap itu berdasarkan wajah laki-laki baru yang ditampilkan di media sosial. Di belakang layar, para admin tetap terbawa emosi dengan ujaran-ujaran negatif dari *follower* maupun *non-follower*, hanya saja mereka tidak menunjukkannya di wajah laki-laki baru yang ditampilkan di Twitter, sebab emosi tersebut berasal dari individu mereka sebagai manusia.

Situasi ini sejalan dengan ujaran Erving Goffman yang mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran yang akan diterima oleh orang lain. Hal ini ia sebut sebagai pengelolaan kesan,

yaitu teknik yang digunakan oleh aktor untuk memupuk kesan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Goffman, 1956). Akun @lakilakibaru dari awal telah berkomitmen untuk menampilkan wajah laki-laki baru yang bukan berasal dari emosi pribadi para admin, melainkan gambaran apa yang mereka anggap layak dijadikan sebagai *role model*.

Tidak seperti interaksi *face to face* yang tanpa hambatan, interaksi yang dilakukan @lakilakibaru tidak seluruhnya dilakukan dengan instan, beberapa respon diberikan beberapa waktu setelahnya. Hal ini disebabkan admin akun @lakilakibaru tidak selalu 24 jam berada di Twitter.

Kemudian, Manajer Media Sosial @lakilakibaru juga menambahkan bahwa untuk menata emosi dalam menanggapi respon *followers*, Shera, Syaldi, dan teman-teman admin lainnya mengaku untuk menenangkan diri terlebih dahulu sebelum merespon tanggapan negatif dari *follower* maupun *non-follower*. Selain itu, mereka juga perlu untuk saling berdiskusi mengenai

tanggapan apa yang selayaknya diberikan sejalan dengan wajah @lakilakibaru yang ingin mereka tampilkan.

2.2 Interaksi dengan fitur *retweets*

Interaksi dengan menggunakan fitur *retweet* terbilang yang paling sering dilakukan, yaitu sebanyak 57 kali selama rentang waktu pengamatan dengan rincian sebanyak 30 *retweet* wacana yang diunggah oleh akun lain dan sebanyak 27 *retweet* kegiatan (*event*). Berdasarkan pengamatan, @lakilakibaru sering *me-retweet* postingan dari akun gerakan perempuan atau akun dari kelompok yang peduli dengan kesetaraan gender seperti contohnya @RAWCC (Rifka Annisa Women Crisis Center), @the_magdalene yang merupakan *webzine* bertemakan isu perempuan, @UN_Women yang merupakan lembaga nonprofit pembela hak perempuan.

Tweets yang di-*retweet* oleh @lakilakibaru tentunya relevan dengan apa yang diperjuangkan, yaitu kesetaraan gender. Seperti *tweets* yang berisi ulasan @the_magdalene

mengenai Rancangan KUHP yang melemahkan perlindungan terhadap anak dan perempuan, kemudian *tweets* @UN_Women yang mengajak khalayak untuk menghindari penggunaan kata dengan spesifikasi gender, dan *tweets* @RAWCC yang berisi informasi *talkshow* di radio yang membahas kepemimpinan perempuan. Dengan *me-retweet postingan* dari akun-akun tersebut, *tweets* akan masuk ke profil @lakilakibaru sehingga dapat dibaca oleh *followers* maupun *non-followers* @lakilakibaru.

3. Bahasa verbal dan nonverbal yang digunakan @lakilakibaru dalam berkomunikasi di Twitter

Kita menjadi dapat memahami apa yang disampaikan dengan alat yang dinamakan bahasa. Menurut Mulyana (2007, 260) Bahasa adalah sekumpulan simbol-simbol yang dikombinasikan untuk menyatakan pikiran, perasaan, maksud yang digunakan dan dipahami oleh kelompok tertentu. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan bahasa sebagai alat

sehingga komunikasi verbal hampir sama dengan komunikasi kebahasaan.

Akun @lakilakibaru menuliskan hasil pemikirannya ke dalam wacana tulisan, atau membagikan gambar dan video yang relevan dengan pemikirannya sebagai laki-laki feminis ke media sosial Twitter dengan harapan *tweets* tersebut mendukung *followers* maupun *non-followers* mengenai konsep maskulinitas pria dan bagaimana laki-laki memiliki peran penting dalam mendukung gerakan perempuan agar tercapai kesetaraan gender.

Pada *tweets* yang diamati peneliti, akun @lakilakibaru hampir seluruhnya menggunakan bahasa Indonesia. Unggahan berupa opini, infografis, kiat-kiat, dan hasil penelitian, dikemas dengan menyertakan data pendukung sehingga diharapkan unggahan tersebut meyakinkan *followers* maupun *non-followers* akan isu-isu gender. Tentu, dalam berbagai situasi atau *genre* unggahan, bahasa yang digunakan juga berbeda, disesuaikan dengan konteksnya.

Menurut Lary Barker, bahasa memiliki tiga fungsi, yaitu penamaan (*naming/labelling*), interaksi, serta transmisi informasi (dalam Mulyana, 2007). Fungsi bahasa sebagai penamaan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam berkomunikasi. Kemudian, fungsi bahasa sebagai interaksi merujuk pada berbagai gagasan dan emosi yang dapat mengundang simpati dan pengertian. Dan yang terakhir, fungsi bahasa sebagai transmisi informasi merujuk pada media dalam menyampaikan informasi kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, fungsi bahasa sebagai penamaan yang digunakan oleh @lakilakibaru terlihat dari *tweets*-nya yang mengatakan tidak setuju dengan penggunaan istilah “Pelakor” yang merujuk pada perempuan perebut lelaki orang. Akun @lakilakibaru menyebutkan istilah tersebut seolah menghilangkan tanggung jawab laki-laki dalam peristiwa perselingkuhan, padahal untuk bisa berselingkuh, harus ada

peran laki-laki dan perempuan. Maka sebagai solusi, @lakilakibaru menganjurkan untuk menggunakan istilah yang lebih netral seperti “WIL” atau wanita idaman lain. Pada istilah WIL, terlihat bahwa ada peran laki-laki yang mengidamkan seorang perempuan lain.

Kemudian, fungsi penamaan yang digunakan @lakilakibaru dalam berkomunikasi di Twitter berbeda-beda tergantung pada konteksnya. Seperti pada unggahan yang berupa hasil penelitian, @lakilakibaru menggunakan kata yang lebih formal seperti istilah eksploitasi yang merujuk pada pendayagunaan, istilah tiras yang merujuk pada jumlah salinan surat kabar atau majalah yang dijual, kemudian istilah penetrasi yang merujuk pada penerobosan, serta istilah kreda yang merujuk pada pernyataan kepercayaan. Dalam konteks nonformal, bisa dibilang @lakilakibaru menggunakan pilihan kata yang lebih santai, seperti istilah “dijual” yang dalam konteks kalimat ujaran @lakilakibaru pada salah satu *tweet*-nya bermakna diupayakan agar memperoleh hasil yang diinginkan.

Kemudian, istilah “banget” digunakan dalam menyatakan bentuk superlatif di salah satu *tweet*-nya. Tentu kata “banget” tidak digunakan saat sedang dalam situasi formal, sebab dalam situasi formal seharusnya kata yang digunakan adalah “sangat” atau “sekali”.

Kemudian, fungsi bahasa interaksi dalam *tweets* yang diunggah @lakilakibaru adalah penggunaan kata “bro” sebagai kata sapaan. Istilah “bro” merupakan singkatan dari kata *brother* yang berarti saudara laki-laki dalam bahasa Indonesia. Istilah tersebut memberi kesan bahwa @lakilakibaru menganggap *followers* maupun non-*followers*-nya di Twitter memiliki hubungan kekerabatan. Selain itu, kalimat “coba colek teman kalian yang masih sering bercanda kayak gini” di salah satu *tweet*-nya mengundang interaksi dengan *followers* maupun non-*followers*-nya. Interaksi yang diharapkan dengan mengunggah *tweets* tersebut adalah *me-mention* temannya di Twitter agar temannya tersebut membaca sehingga merasa tersentil dan sadar untuk tidak lagi melakukan bercanda seksis.

Fungsi bahasa yang terakhir menurut Lary Barker adalah transmisi informasi. Fungsi ini tentu terdapat di seluruh *tweets* yang diunggah oleh @lakilakibaru ke Twitter karena seluruh *tweets* berisi hasil pemikiran atau hal-hal yang relevan dengan pemikiran @lakilakibaru. Transmisi informasi berarti penghantaran informasi, dalam konteks ini, @lakilakibaru berkomunikasi dengan *followers* maupun non-*followers* melalui medium Twitter.

Tidak hanya komunikasi verbal, @lakilakibaru juga menggunakan komunikasi nonverbal dalam komunikasinya di Twitter. Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal pada komunikasi lisan adalah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara. Kemudian, pada

komunikasi tulisan, komunikasi nonverbal dapat meliputi penggunaan gambar atau simbol, warna, dan tanda baca. Menurut Mark L. Knapp istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. (dalam Mulyana, 2007)

Pada penelitian ini, segala bentuk bahasa nonverbal yang digunakan oleh @lakilakibaru di media sosial Twitter dikemas ke dalam bentuk gambar dan penggunaan tanda baca yang menyatakan intonasi. Seperti pada *tweets*-nya yang sedang membahas penggunaan istilah pelakor, @lakilakibaru menyertakan gambar pasangan yang sedang berjalan beriringan namun si laki-laki juga terlihat sedang menggandeng tangan perempuan lain. Penggunaan gambar tersebut adalah sebagai ilustrasi yang mempertegas maksud dari @lakilakibaru bahwa laki-laki dan perempuan bertanggung jawab atas terjadinya perselingkuhan, tidak hanya satu pihak saja.

Kemudian, pada *tweets*-nya yang membahas konstruksi

maskulinitas dalam teks media, disertakan dengan gambar seorang laki-laki yang tidak kekar namun terlihat seolah kekar karena ia berdiri di depan sebuah papan tulis bergambar otot kekar. Gambar tersebut menegaskan hasil penelitian yang diunggah oleh @lakilakibaru bahwa teks media *online* dalam pemberitaan kasus perkosaan terhadap wanita membentuk konsep laki-laki bersifat superior atas wanita, yang sebenarnya belum tentu demikian.

Unsur warna yang terdapat dalam gambar juga diperhatikan oleh @lakilakibaru. Penggunaan unsur maskulin dan feminin digabungkan, seperti warna hitam yang cenderung maskulin dan warna ungu yang cenderung feminin. Penggabungan kedua karakter warna tersebut dilakukan dengan harapan pembaca terbiasa dengan karakter yang ditampilkan, seperti pada tujuan awal @lakilakibaru yaitu ingin membongkar konsep maskulinitas yang ada di masyarakat.

Tidak hanya gambar, dan warna, tanda baca juga digunakan

oleh @lakilakibaru pada *tweets*-nya sebagai penegas intonasi. Sebagai contoh, penggunaan tanda baca “?” dan “!” secara bersamaan setelah kalimat “Enak banget ya” pada salah satu *tweet*-nya yang membahas penggunaan istilah pelakor, menunjukkan kalimat tanya yang bersifat menegaskan dan mempengaruhi. Meski jarang, sesekali @lakilakibaru juga menggunakan *emoticon* pada *tweets*-nya. Penggunaan *emoticon* dianggap mewakili ekspresi @lakilakibaru saat mengunggah *tweets*.

Oleh karena itu berdasarkan pengamatan, Penggunaan bahasa verbal oleh @lakilakibaru disesuaikan dengan konteksnya, menggunakan bahasa formal pada wacana penelitian dan menggunakan bahasa yang santai pada wacana yang bukan penelitian. Dalam berkomunikasi, penggunaan bahasa yang kasar dihindari. Kemudian, bahasa nonverbal juga digunakan sebagai pendukung dan penegas wacana yang diunggah.

4. Representasi *male feminist* berdasarkan aktivitas dan penggunaan bahasa oleh @lakilakibaru di Twitter

Representasi adalah menggunakan bahasa untuk mengungkapkan suatu hal yang memiliki arti. Representasi juga merupakan bagian yang penting dalam proses di mana sebuah arti dibentuk dan dibenturkan dengan budaya. Hal ini meliputi penggunaan bahasa, tanda-tanda, dan gambar yang mewakili untuk merepresentasikan suatu hal (Hall, 2004).

Terdapat 3 (tiga) pendekatan dalam representasi, yaitu pendekatan *reflective*, *intentional*, dan *constructional* (Hall, 2004, p. 25). Pada penelitian ini, digunakan pendekatan *constructional* yaitu sesuatu tidak bermakna: kita yang membentuk makna, menggunakan sistem representasi konsep dan lambang.

Male Feminist dalam bahasa Indonesia adalah feminis laki-laki, lebih jelasnya Michael Flood (2009) mendefinisikan laki-laki pro-feminis sebagai laki-laki yang mendukung

feminisme dan upaya-upaya untuk menghadirkan kesetaraan dan keadilan gender.

Representasi atau keterwakilan *male feminist* yang menjadi objek penelitian ini didapat menggunakan sistem representasi konsep yang telah ada, kemudian yang berperan sebagai lambang adalah aktivitas dan penggunaan bahasa oleh @lakilakibaru di Twitter.

Nilai-nilai yang dihadirkan oleh @lakilakibaru mengenai laki-laki feminis berdasarkan penuangan pemikirannya melalui unggahan di Twitter adalah laki-laki-laki dapat berperan diluar konstruksi sosial budaya masyarakat yang selama ini dipedomani laki-laki, sebab konstruksi sosial budaya terhadap peran gender merupakan buatan manusia dan dapat diubah. Namun peran gender tentu berbeda dengan peran jenis kelamin yang memang bersifat kodrati, seperti hanya perempuan yang dapat mengandung dan melahirkan, serta hanya laki-laki yang dapat membuahi.

Dalam berperilaku, wajar bila laki-laki menjadi sensitif, takut

terhadap sesuatu, penuh kasih sayang, serta berdandan. Hal ini merupakan unsur alamiah sebagai seorang manusia. Baik laki-laki atau perempuan, sama-sama dianugerahi indera perasa oleh sang pencipta sehingga merasakan hal tersebut di atas merupakan sebuah kewajaran yang selama ini dikonstruksi kebalikannya oleh masyarakat.

Peran gender dilekatkan dengan pembagian publik-domestik, rasional-emosional, yaitu pekerjaan di ruang publik yang sering dianggap pekerjaan maskulin dan pekerjaan di ruang domestik dilekatkan dengan pekerjaan feminin. Sejalan dengan pendobrakan konstruksi sosial budaya masyarakat, laki-laki juga dapat berbagi peran gender dengan perempuan. Laki-laki dapat berbagi pekerjaan domestik seperti mencuci, memasak, serta mengurus anak. Perempuan juga dapat menggantikan peran laki-laki dalam mencari nafkah. Pada intinya, pembagian peran tersebut didiskusikan terlebih dahulu.

Menanggapi *privilege* yang dimiliki sebagai laki-laki, candaan berbau seksis terhadap perempuan

cenderung dinormalisasi. Uniknya, tidak hanya antara laki-laki dengan perempuan, namun juga sesama perempuan. Contoh yang sering kita dengarkan sehari-hari adalah saat perempuan sedang menyetir dengan lamban, kita akan menggerutu dan memberi label “*pantas saja itu cewek yang nyetir*” dan sebagainya. Sayangnya, candaan seperti ini cenderung dianggap lumrah dan bahkan dalam buku Laura Bates, perempuan yang melawan candaan tersebut dinyatakan tidak memiliki selera humor. Oleh karena itu @lakilakibaru sebagai laki-laki feminis mengajak laki-laki untuk tidak melakukan bercandaan seksis.

Dalam hubungan dengan pasangan, seringkali laki-laki memegang kendali atas pasangannya. Hal ini diwajarkan, sebab pandangan gender dapat mengakibatkan subordinasi pada perempuan. Adanya anggapan masyarakat bahwa perempuan cenderung tidak sekuat laki-laki sehingga harus dilindungi justru semakin mempertegas dominasi laki-laki yang justru mengarah pada dominasi tak sehat.

Melarang, membatasi, serta membuat menjadi tunduk bukan makna sebenarnya dari tujuan laki-laki melindungi perempuan. Hubungan yang baik adalah hubungan yang setara, tanpa adanya pihak yang menguasai dan pihak yang dikuasai.

Masih berhubungan dengan dominasi, tidak jarang bentuk dari pewujudan dominasi laki-laki terhadap perempuan dilakukan dengan kekerasan. Maskulinitas sebagai tekanan fisik merupakan akar kekerasan terhadap perempuan karena menganggap maskulinitas adalah definisi sosial yang diberikan masyarakat kepada laki-laki yang mengarahkan mereka untuk berperilaku. Walau sebenarnya perempuan memiliki kekuatan untuk melawan, namun terbentur dengan kondisi permisif adat dan agama yang ditafsirkan yang menempatkan perempuan sebagai makhluk kedua setelah laki-laki. Ditambah lagi, berdasarkan kutipan dari Kaufman, salah satu akar kekerasan laki-laki merupakan paradoks yang disebutnya “*mens contradictory experiences of power*” yakni cara laki-laki

mengonstruksi kekuasaan individual dan sosialnya adalah sebuah paradoks karena merupakan sumber ketakutan, isolasi, rasa tidak percaya diri, dan kesakitan bagi laki-laki itu sendiri, (Subono, 2017). Oleh karena itu, sebagai upaya pengentasan kekerasan gender, penting bagi laki-laki untuk memahami bahwa tidak memerlukan kekerasan dalam menyelesaikan masalah.

KESIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian representasi *male feminist* oleh Aliansi Laki-laki Baru di Media Sosial, bahwa konten *tweets* yang diunggah @lakilakibaru ke Twitter adalah topik informasi kegiatan, kekerasan gender, pelibatan laki-laki dalam kesetaraan gender, maskulinitas pria, candaan seksis, hubungan agama dan gender, politik gender, serta penggunaan istilah seksis. Semua topik tersebut dikemas dalam berbagai gaya, yaitu berupa wacana opini, wacana infografis, kiat-kiat, wacana edukasi, serta poster kegiatan.

Interaksi yang dilakukan oleh @lakilakibaru melalui fitur *replies* bersifat netral, solutif dan meluruskan dengan argumen yang disertai data. Kemudian, interaksi yang dilakukan oleh @lakilakibaru melalui fitur *retweet* dari *postingan* akun gerakan perempuan dan kesetaraan gender yang dianggap sejalan dengan prinsip @lakilakibaru adalah selain karena *tweets* tersebut penting dibaca, sekaligus untuk membangun relasi.

Penggunaan bahasa verbal oleh @lakilakibaru disesuaikan dengan konteksnya, menggunakan bahasa formal pada situasi formal dan menggunakan bahasa yang santai pada wacana nonformal. Bahasa kasar serta mengandung makna seksis juga dihindari penggunaannya. Kemudian, bahasa nonverbal juga digunakan sebagai pendukung dan penegas wacana yang diunggah.

Representasi (keterwakilan) *male feminist* oleh Aliansi Laki-Laki Baru di media sosial Twitter adalah laki-laki dapat menjadi sensitif, *gentle*, takut, penuh kasih sayang, serta berdandan. Laki-laki juga dapat berbagi peran (diluar peran biologis)

dengan perempuan, seperti berbagi pekerjaan domestik dan pencarian nafkah. Kemudian, untuk menghindari normalisasi atas pelecehan terhadap perempuan, laki-laki yang peduli terhadap perempuan menghindari candaan seksis. Laki-laki tidak mendominasi dalam relasinya dengan pasangan, Laki-laki tidak menyelesaikan masalah dengan kekerasan, baik kekerasan verbal, fisik, maupun emosional.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Beasley, C. (2009). *What is Feminism? Introduction to Feminist Theory*. London: Sagepub.
- Hall, S. (2004). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications.
- Hine, Christine. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.

Moleong, L. J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

_____. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Grup.

Pease, B. (2002). *Men and Gender Relation*. Melbourne: Tertiary Press.

Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. New York: Holt, Rinehart, and Winston Inc.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumber Jurnal

- Casey, E., & Smith, T. (2010). How Can I Not? Men's Pathways to Involvement in Anti Violence Against Women Works. *Sage Journals*.
- Haraway, D. (1988). The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*.

- Johnstone, B., & Marcellino, W. W. (2010). *Dell Hymes and the Ethnography of Communication*. Carnegie Mellon University.
- Poerba, Johanna G.S.D. (2015), Kartini: Pembebasan Laki-laki dari Patriarki, *Jurnal Perempuan*, Vol 1, No. 1. Retrieved <https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/kartini-pembebasan-laki-laki-dari-patriarki>.
- Rahminawati, Nan, (2000), Isu Kesetaraan Laki-Laki Dan Perempuan (Bias Gender), *Jurnal Mimbar* No. 3 Tahun XVII. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/154027-ID-isu-kesetaraan-laki-laki-dan-perempuan-b.pdf>
- Subono, Nur Iman, (2017), Laki-laki Harus Terlibat dalam Penghapusan Kekerasan terhadap Perempuan, Vol 1, No, 1. Retrieved from <https://www.jurnalperempuan.org/warta-feminis/nur-iman-subono-laki-laki-harus-terlibat-dalam-penghapusan-kekerasan-terhadap-perempuan>
- Blake, J. (2014). Retrieved 02 14, 2018, from <https://prezi.com/jwdq6m6qwjzr/five-characteristics-of-nonverbal-communication/>
- Flood, M. (2009). Retrieved January 30, 2018, from <https://xyonline.net/content/frequently-asked-questions-about-pro-feminist-men-and-pro-feminist-mens-politics>
- Ismail, Naufaludin. (2017). Retrieved May 13, 2018 from <https://www.jurnalperempuan.org/berita/nur-iman-subono-laki-laki-harus-terlibat-dalam-penghapusan-kekerasan-terhadap-perempuan>
- Kaufman, M. (2011). Retrieved from <http://michaelkaufman.com/2000/08/the-white-ribbon-campaign-breaking-mens-silence-to-end-mens-violence-statement-of-principles/>
- Klocke, B. (2013). *men and feminism.pdf*. Retrieved 12 9, 2017, from emilytaylorcenter.drupal.ku.edu:https://emilytaylorcenter.drupal.ku.edu/sites/emilytaylorcenter.drupal.ku.edu/files/docs/men%20and%20feminism.pdf

Sumber Internet

- Black, J. L. (2013). *Understanding Color and The Meaning of Color*. Retrieved 04 11, 2018, from [blackbeardesign.com/understanding-color-the-meaning-of-color/](https://www.blackbeardesign.com/understanding-color-the-meaning-of-color/)
- Laki-Laki Baru. (2009). *tentang kami*. Retrieved 12 10, 2017, from lakilakibaru.or.id: http://lakilakibaru.or.id/tentang-kami/