

## Feminisme Digital di Era Media Sosial: Studi Representasi Gender pada Akun Instagram @Magdaleneid

Mira Natalia Pellu<sup>1</sup>, Budi Cahyo Hermanto<sup>2</sup>, Katry Anggraini<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

### INFORMASI ARTIKEL

#### Histori Artikel

##### Dikirimkan:

10 Januari 2026

##### Direvisi:

13 Januari 2026

##### Diterima:

14 Januari 2026

##### Diterbitkan:

30 September 2025

**Abstrak** - Penelitian ini menganalisis representasi feminisme digital dalam 26 unggahan Instagram @magdaleneid selama Maret–Agustus 2025. Analisis dilakukan menggunakan teori representasi Stuart Hall, postfeminism dan affective labour dari Rosalind Gill, serta popular feminism dan visibility politics dari Sarah Banet-Weiser. Dengan metode analisis isi kualitatif, penelitian menelaah tema, tanda visual, dan narasi yang membentuk konstruksi makna gender dalam konten tersebut. Hasil penelitian menunjukkan tiga pola representasi utama: (1) penggambaran kekerasan berbasis gender dan kerentanan perempuan melalui pendekatan edukatif dan berbasis korban; (2) negosiasi peran domestik, identitas perempuan, dan relasi kuasa dalam keluarga; serta (3) praktik edukasi feminis melalui literasi digital yang mudah diakses. Penelitian juga menemukan absensi sejumlah isu struktural seperti politik elektoral perempuan, kesehatan reproduksi, ekonomi feminis, representasi disabilitas yang lebih luas, dan isu queer, yang menunjukkan batasan tertentu dalam cakupan wacana feminisme digital. Secara keseluruhan, temuan memperlihatkan bahwa @magdaleneid berfungsi sebagai ruang edukasi publik dan advokasi mikro yang efektif, namun belum sepenuhnya menjangkau persoalan struktural yang lebih kompleks. Studi ini memberikan kontribusi pada pemahaman mengenai bagaimana feminisme dinegosiasikan, diproduksi, dan disirkulasikan dalam ekosistem media sosial Indonesia.

*Abstract - This study analyzes the representation of digital feminism in 26 Instagram posts published by @magdaleneid between March and August 2025. The analysis draws on Stuart Hall's theory of representation, Rosalind Gill's concepts of postfeminism and affective labour, and Sarah Banet-Weiser's frameworks of popular feminism and visibility politics. Using a qualitative content analysis approach, the study examines themes, visual signs, and narratives that construct meanings of gender within the content. The findings identify three dominant patterns of representation: (1) the portrayal of gender-based violence and women's vulnerability through an educational, victim-centered perspective; (2) the negotiation of domestic roles, female identity, and power relations within the family; and (3) feminist educational practices through accessible digital literacy. The study also reveals the absence of several structural issues, such as women's electoral politics, reproductive health, feminist economics, broader disability representation, and queer issues, indicating certain limitations in the scope of digital feminist discourse. Overall, the findings show that @magdaleneid functions as an effective space for public education and micro-level advocacy, yet has not fully addressed more complex structural concerns. This study contributes to a deeper understanding of how feminism is negotiated, produced, and circulated within Indonesia's social media ecosystem.*

#### Kata Kunci

Feminisme digital,  
Representasi gender,  
Instagram

#### Corresponding Author:

Mira Natalia Pellu, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia, Kode Pos:12230, Email: dosen03303@unpam.ac.id

### PENDAHULUAN

Perkembangan diskursus gender dan kesetaraan di Indonesia menunjukkan dinamika yang terus berubah seiring bergesernya konteks sosial, budaya, dan teknologi. Pada masa sebelumnya, isu feminisme banyak difokuskan pada persoalan struktural seperti akses pendidikan, hak politik, dan perlindungan hukum bagi perempuan. Namun, dua dekade terakhir memperlihatkan perluasan wacana ke ranah budaya populer dan media digital, tempat makna tentang perempuan



dibangun melalui representasi, narasi, dan simbol visual. (Saraswati, 2018) mencatat bahwa feminisme pasca reformasi bergerak melintasi arena politik formal menuju ruang budaya sehari-hari. Pergeseran ini berlangsung berdampingan dengan pola relasi sosial yang masih menempatkan perempuan dalam posisi yang rentan terhadap stereotip dan bias patriarki, sebagaimana terlihat dalam pemberitaan media, bahasa publik, dan praktik sosial lainnya.

Kemunculan media sosial semakin mempercepat transformasi wacana gender tersebut. Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai alat distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang ekspresif untuk menegosiasikan identitas, pengalaman personal, dan aspirasi kolektif. Melalui Instagram, TikTok, dan YouTube, generasi muda membentuk bahasa visual baru mengenai tubuh, relasi kuasa, dan pemberdayaan perempuan. (Rahmawati & Susilo, 2022) menekankan bahwa ruang digital memberi peluang bagi perempuan untuk mengartikulasikan pengalaman yang sebelumnya tersembunyi dari wacana publik. Secara global, penelitian (Mendes et al., 2018) memperlihatkan bagaimana feminisme digital berkembang sebagai jaringan praktik berbasis emosi, solidaritas, dan partisipasi pengguna. Di Indonesia, fenomena ini berjalan paralel dengan peningkatan akses internet dan maraknya aktivisme digital (Lim, 2013), menjadikan media sosial arena penting bagi pembentukan kesadaran gender kontemporer.

Dalam konteks tersebut, akun Instagram @magdaleneid berperan sebagai salah satu ruang produksi wacana feminisme digital yang menonjol. Sebagai cabang dari Magdalene.co, akun ini menyajikan konten berbasis data, visual yang kuat, serta narasi yang inklusif untuk membahas isu-isu seperti kekerasan berbasis gender, kesehatan reproduksi, stereotip budaya, hingga representasi perempuan di media. Pendekatan ini memperlihatkan bagaimana media digital membangun makna sekaligus menantang representasi konvensional. (Hall, 1997) menegaskan bahwa representasi merupakan proses aktif produksi makna, bukan sekadar refleksi realitas. Hal ini juga sejalan dengan analisis (McRobbie, 2008), yang menunjukkan bahwa budaya populer sering menggabungkan wacana pemberdayaan dengan mekanisme kontrol yang halus. Di Indonesia, penelitian (Widodo et al., 2021) menunjukkan bahwa representasi perempuan di media sosial masih sering berada dalam tarik-menarik antara narasi progresif dan reproduksi norma patriarki, menjadikan analisis konten digital sebagai bagian penting dalam memahami dinamika kesetaraan gender.

Praktik feminisme digital yang dikembangkan oleh @magdaleneid menampilkan karakteristik yang selaras dengan konsep populer feminisme dari (Banet-Weiser, 2018), yaitu feminisme yang beroperasi dalam logika media digital dan mengutamakan visibilitas emosional, estetika, serta engagement pengguna. Melalui desain grafis yang konsisten, gaya bahasa yang komunikatif, dan penyampaian isu yang relevan bagi Generasi Z, akun ini menciptakan bentuk komunikasi politik yang lebih dekat, partisipatif, dan mudah dipahami. Temuan global tentang feminisme digital (Gill, 2007; Gill, 2021) juga menyoroti bagaimana wacana pemberdayaan sering dikaitkan dengan gaya komunikasi yang terpersonalisasi, estetis, dan berorientasi konsumsi. Kondisi tersebut menjadikan studi tentang akun seperti @magdaleneid penting untuk melihat bagaimana narasi pemberdayaan dinegosiasikan, direproduksi, dan diterima oleh audiens muda.

Selain itu, media sosial menghadirkan pola interaksi baru yang memungkinkan pengguna untuk terlibat langsung melalui komentar, unggahan ulang, maupun produksi konten lanjutan. Dalam kerangka ini, audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga bagian dari proses produksi makna. Pola interaksi semacam ini mempertegas bahwa representasi gender di ruang digital bersifat dialogis dan selalu terbuka untuk reinterpretasi. Di tengah tingginya angka kekerasan berbasis gender dan rendahnya literasi gender yang tercatat oleh Komnas Perempuan (2023), upaya edukasi publik melalui media digital menjadi semakin penting. Representasi perempuan yang lebih beragam, kritis, dan inklusif dapat berkontribusi pada perubahan cara pandang masyarakat mengenai isu kesetaraan.

Melihat dinamika tersebut, penelitian terhadap akun Instagram @magdaleneid menjadi relevan untuk memahami bagaimana representasi gender dikonstruksi melalui narasi visual dan tekstual, bagaimana strategi komunikasi feminisme digital dirancang untuk membangun kesadaran publik, serta bagaimana audiens khususnya Generasi Z dilibatkan dalam proses negosiasi makna feminisme kontemporer. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi kajian feminisme digital, komunikasi media, serta studi representasi di Indonesia, khususnya dalam konteks budaya media yang terus berubah secara cepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana representasi feminisme digital dan gender dikonstruksikan melalui narasi visual dan tekstual dalam unggahan akun Instagram @magdaleneid, bagaimana isu-isu gender diprioritaskan dan dinegosiasikan dalam praktik komunikasi feminisme digital akun tersebut, serta bagaimana strategi komunikasi feminisme digital yang digunakan berkontribusi pada pembentukan kesadaran dan literasi gender audiens di ruang media sosial.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **A. Teori Representasi- Stuart Hall**

Teori representasi yang dikembangkan Stuart Hall merupakan fondasi penting dalam kajian budaya dan komunikasi media. (Hall, 1997) memandang media bukan sebagai cermin netral yang memantulkan realitas, melainkan sebagai praktik pemaknaan yang aktif. Representasi dipahami sebagai proses produksi makna melalui sistem tanda bahasa, gambar, simbol yang selalu terhubung dengan konteks sosial dan ideologi tertentu. Dengan demikian, apa yang ditampilkan di media selalu merupakan konstruksi, bukan realitas apa adanya.

Hall menolak pandangan refleksionis yang menganggap media sekadar menyajikan fakta. Menurutnya, representasi selalu bekerja dalam kerangka ideologi, yaitu seperangkat nilai dan relasi kuasa yang menentukan apa yang

dianggap wajar dan normal. Representasi perempuan, misalnya, tidak lepas dari struktur patriarki yang historis; citra “perempuan baik” atau “perempuan nakal” adalah hasil konstruksi yang memengaruhi bagaimana perempuan diperlakukan dalam kehidupan sehari-hari. (Hall, 1997) merumuskan representasi sebagai produksi makna melalui bahasa, diskursus, dan citra sehingga analisis media harus memeriksa bukan hanya isi, tetapi juga cara penyusunan dan implikasinya terhadap relasi kuasa.

Model encoding–decoding Hall menjelaskan bagaimana pesan media diproduksi dan diinterpretasikan. Pada tahap encoding, pembuat pesan (jurnalis, kreator konten, institusi media) merangkai makna berdasarkan nilai tertentu. Pada tahap decoding, audiens menafsirkan pesan sesuai latar sosial, budaya, dan pengalaman. Hall mengidentifikasi tiga posisi pembacaan: dominant-hegemonic (menerima makna sebagaimana dirancang), negotiated (menerima sebagian dan menawarkan sebagian), dan oppositional (menentang makna dominan). Model ini penting untuk memahami bahwa komunikasi tidak bersifat satu arah; makna senantiasa dinegosiasikan.

Dalam konteks akun @magdaleneid, proses encoding dapat dilihat dari cara tim redaksi membingkai isu kekerasan berbasis gender, hak atas tubuh, atau kesetaraan peran melalui pilihan kata, visual, dan tone yang empatik. Audiens khususnya Generasi Z melakukan decoding dengan cara yang beragam: ada yang menerimanya sebagai pengetahuan baru, ada yang menegosiasikannya dengan nilai religius atau budaya lokal, dan ada pula yang menolaknya dengan dalih moral atau tradisi. Interaksi di kolom komentar, fitur share, dan DM menjadi jejak bagaimana representasi feminis dinegosiasikan dalam ruang publik digital.

Hall juga mengajukan konsep signifying practices, yakni praktik pemaknaan melalui penggunaan tanda. Dalam unggahan edukatif seperti konten “korpus uterus”, misalnya, simbol tubuh perempuan, warna hangat, dan kutipan sastra digunakan sebagai rangkaian tanda yang membangun makna tentang kontrol tubuh dan agensi perempuan. Analisis semiotik terhadap elemen visual tersebut memungkinkan peneliti mengurai bagaimana nilai feminis dikomunikasikan tanpa harus selalu dinyatakan secara eksplisit.

Sejumlah penelitian terbaru menunjukkan bahwa kerangka representasi Hall produktif digunakan untuk membaca representasi gender di media digital. (Lestari et al., 2020) menggunakan pendekatan representasi untuk menganalisis kampanye #YourBeautyRules di media sosial dan menemukan adanya negosiasi antara citra pemberdayaan dan standar kecantikan yang tetap eksploitatif. (Rofi’ah & Farez, 2025) memanfaatkan analisis wacana kritis untuk menunjukkan bagaimana figur “ibu ideal” di media digital memperkuat ketidakadilan gender dalam kerja domestik. Secara global, (Gowda, 2024) memperlihatkan bagaimana representasi perempuan di media sosial bergerak di antara aktivisme feminis dan komodifikasi tubuh perempuan. Temuan-temuan ini menguatkan relevansi teori Hall untuk membaca representasi gender di Instagram, termasuk pada akun @magdaleneid yang secara eksplisit memproduksi wacana kesetaraan.

## **B. Feminist Media Theory – Rosalind Gill**

Feminist Media Theory berangkat dari asumsi bahwa media merupakan lokasi sentral pembentukan makna tentang gender, kekuasaan, dan identitas. (Gill, 2007) menegaskan bahwa teks media tidak pernah “netral”; setiap narasi dan citra selalu dibentuk oleh kekuatan sosial dan budaya yang mengatur bagaimana perempuan dan laki-laki diposisikan. Gill menunjukkan adanya pergeseran dari representasi perempuan yang pasif dan domestik menuju figur yang tampak mandiri dan berdaya, tetapi sering kali dalam kerangka yang tetap neoliberal dan individualistis.

Salah satu kontribusi utama Gill adalah analisis tentang postfeminism sebagai sensibility, suatu cara merasakan dan berbicara tentang perempuan yang mengklaim feminisme sudah “selesai” karena perempuan dianggap sudah bebas memilih apa pun. Dalam kerangka ini, feminisme direduksi menjadi soal pilihan individu, gaya hidup, dan self-branding, sementara struktur ketidakadilan gender kurang disorot. Gill menunjukkan bagaimana wacana “empowerment” dan “choice” kerap muncul bersamaan dengan tuntutan untuk tetap cantik, langsing, dan produktif, yang pada akhirnya menghadirkan bentuk kontrol baru atas tubuh dan emosi perempuan.

Dalam karya-karya terbarunya, Gill bersama Orgad mengembangkan kritik atas confidence culture, yakni budaya yang terus mendorong perempuan untuk “percaya diri”, “mencintai diri”, dan “mengatasi insecure” sebagai solusi atas ketimpangan struktural (Orgad & Gill, 2022). Budaya ini mendorong perempuan untuk memandang ketidaksetaraan sebagai persoalan psikologis individu, bukan masalah sosial-politik. Hal ini sangat relevan dengan lanskap media sosial, di mana pesan motivasional, self-love, dan body positivity beredar luas, tetapi sering kali diiringi komodifikasi tubuh dan emosi perempuan melalui logika likes, views, dan engagement.

Dalam konteks Indonesia, pendekatan Gill berguna untuk memahami bagaimana pesan feminisme diadaptasi di media digital. (Dwityas et al., 2024), misalnya, menemukan bahwa aktivisme digital perempuan melalui tagar #Ibutunggalmelawan menggabungkan bahasa penguatan emosional dengan kritik terhadap ketidakadilan struktural yang dialami ibu tunggal. Studi (Sadasi, 2021) tentang isu perempuan di media baru juga menunjukkan bagaimana kampanye feminis di Instagram bernegosiasi dengan tuntutan estetika dan performativitas. Di sisi lain, penelitian internasional menunjukkan bahwa feminisme digital kerap berhadapan dengan jebakan visibilitas semakin terlihat, semakin rentan terhadap komodifikasi dan serangan misoginis (Jouët, 2018; Gill, 2022).

Bagi penelitian ini, feminist media theory membantu membaca bagaimana @magdaleneid berupaya keluar dari jebakan tersebut. Alih-alih menonjolkan tubuh, akun ini memusatkan pesan pada pengetahuan, empati, dan pengalaman sosial perempuan: misalnya melalui seri konten tentang kekerasan seksual, ruang aman, dan kesehatan reproduksi yang

menggabungkan data, testimoni, dan ilustrasi simbolik. Praktik ini sejalan dengan apa yang disebut Gill sebagai upaya reartikulasi kritis, yakni mengubah bahasa dan citra yang sebelumnya mengekang perempuan menjadi narasi yang memerdekakan. Selain itu, penekanan Gill pada dimensi afektif bahwa komunikasi feminis bukan hanya kritik rasional, tetapi juga praktik kepedulian dan penyembuhan relevan untuk membaca cara @magdaleneid membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya melalui bahasa yang hangat, validasi pengalaman, dan ajakan untuk saling mendukung.

### **C. Digital Feminism – Sarah Banet-Weiser**

Konsep digital feminism Sarah Banet-Weiser membantu menjelaskan bagaimana feminisme beroperasi dalam ekosistem media sosial yang diatur oleh algoritma dan ekonomi perhatian. Dalam *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*, (Banet-Weiser, 2018) menunjukkan bahwa feminisme kontemporer semakin hadir dalam bentuk feminisme populer: kampanye, konten, dan narasi yang sangat terlihat di media arus utama dan platform digital. Namun, visibilitas ini berjalan berdampingan dengan misogini populer serangan, hinaan, dan kekerasan simbolik yang juga sangat terlihat. Dengan demikian, feminisme digital selalu berada dalam “logika kembar” antara pengakuan dan penolakan.

Banet-Weiser memandang feminisme digital sebagai praktik komunikasi jaringan (*networked practice*) yang mengandalkan keterhubungan, afek, dan sirkulasi konten lintas platform. Gerakan feminis tidak lagi sepenuhnya bergantung pada organisasi formal, tetapi tumbuh melalui hashtag, thread, video pendek, dan konten kreatif yang menghubungkan pengalaman personal dengan isu struktural. Ia menyebut bentuk ini sebagai *connective activism*, di mana solidaritas dibangun melalui rasa berbagi pengalaman ketidakadilan, rasa marah, dan harapan yang beredar dalam jejaring. Dalam konteks Indonesia, sejumlah penelitian memperlihatkan bagaimana digital feminism bekerja melalui akun-akun media progresif dan komunitas daring. (Jinan et al., 2022) menganalisis digital feminism pada Magdalene.co dan @indonesiafeminis, dan menemukan bahwa strategi bahasa dan narasi digunakan untuk menegosiasikan relasi kuasa gender, agama, dan nasionalisme. (Daniah & Pribadi, 2023) melihat digital feminism di berbagai akun Instagram sebagai kontra-narasi atas ketimpangan gender yang diberdayakan oleh estetika visual, storytelling, dan kurasi konten yang sensitif terhadap pengalaman perempuan. (Lasari, 2023) memperlihatkan bagaimana Jakarta Feminist memanfaatkan Instagram sebagai ruang cyberfeminism yang menghubungkan kampanye legislasi, edukasi, dan ruang aman bagi perempuan. (Sylvina et al., 2023) menunjukkan bahwa aktivisme feminis digital melalui narasi visual di Instagram efektif meningkatkan kesadaran publik tentang isu perempuan di era pascapandemi.

Studi (Dwityas et al., 2024) menegaskan bahwa media sosial memungkinkan aktivisme feminis menjangkau kelompok yang sebelumnya tidak terlibat, tetapi sekaligus berisiko terjebak dalam budaya pop dan algoritma yang memprioritaskan konten ringan dan mudah dikonsumsi. Di sisi lain, kajian internasional menunjukkan bahwa feminisme digital membuka ruang aliansi afektif lintas kelas, ras, dan generasi sekaligus berhadapan dengan gelombang misogini digital dan backlash antifeminis (Wibisono et al., 2025; Jouët, 2018).

Bagi penelitian ini, konsep digital feminism dipakai untuk membaca @magdaleneid sebagai ekosistem komunikasi yang memadukan edukasi, aktivisme, dan estetika visual. Akun ini beroperasi dalam logika algoritmik Instagram memanfaatkan format carousel, ilustrasi, dan gaya bahasa yang accessible sambil mempertahankan kedalaman isu seperti kekerasan berbasis gender, kesehatan reproduksi, dan hak atas tubuh. Pendekatan Banet-Weiser membantu menempatkan @magdaleneid bukan sekadar sebagai “akun informasi”, tetapi sebagai praktik kerja budaya feminis yang terus-menerus memproduksi, merawat, dan mempertahankan wacana kesetaraan gender di tengah arus kapitalisme digital dan misogini online.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dengan lokasi penelitian pada ruang digital, yaitu akun Instagram @magdaleneid sebagai media feminis yang memproduksi konten tentang kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan. Penelitian dilakukan selama Maret–Agustus 2025 melalui observasi non-partisipan dan dokumentasi digital terhadap unggahan berupa feed, reels, caption, ilustrasi visual, dan hashtag yang relevan dengan isu feminisme. Data dianalisis menggunakan analisis isi kualitatif (Krippendorff, 2019) dan analisis wacana kritis (Fairclough, 2013) melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014), serta diinterpretasikan dengan teori representasi (Hall, 1997), feminist media theory (Gill, 2007; Gill et al., 2022), dan digital feminism (Banet-Weiser, 2018).

Subjek penelitian adalah akun @magdaleneid, sementara objeknya adalah representasi gender dalam konten visual dan tekstual akun tersebut. Keabsahan data dijaga melalui kriteria *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Lincoln & Guba, 1985) dengan memastikan ketelitian pengumpulan data, konsistensi tahap analisis, serta penggunaan literatur akademik sebagai dasar interpretasi.

Pemilihan 26 unggahan Instagram @magdaleneid dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan kesesuaian tema terhadap isu feminisme digital dan representasi gender, khususnya terkait kekerasan berbasis gender, peran domestik, identitas perempuan, dan edukasi feminis. Unggahan yang dianalisis dipilih berdasarkan keberadaan narasi visual dan tekstual yang eksplisit serta tingkat keterlibatan audiens (*engagement*) yang relatif tinggi, yang diukur melalui jumlah likes, komentar, dan interaksi pengguna. Kriteria ini digunakan untuk memastikan relevansi data, kedalaman analisis, serta memungkinkan replikasi penelitian pada konteks dan periode yang berbeda.

## PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan temuan-temuan utama dari analisis representasi gender dalam konten akun Instagram @magdaleneid yang dipublikasikan sepanjang Maret hingga Agustus 2025. Analisis difokuskan pada bagaimana isu gender dikonstruksikan melalui narasi visual, teks, dan strategi komunikasi digital yang digunakan akun tersebut. Secara umum, temuan menunjukkan bahwa @magdaleneid tidak sekadar menampilkan isu perempuan sebagai peristiwa individual, melainkan membingkainya dalam relasi kuasa sosial, budaya, dan institusional yang lebih luas. Representasi yang muncul bersifat konsisten, kritis, dan edukatif, serta diarahkan untuk membangun kesadaran publik mengenai ketimpangan gender. Akun ini memosisikan feminisme sebagai kerangka analisis sosial yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bagaimana media digital alternatif dapat berfungsi sebagai ruang produksi makna dan pendidikan publik berbasis perspektif feminis.

Salah satu temuan utama adalah kuatnya representasi kekerasan dan kerentanan gender sebagai poros narasi di akun @magdaleneid. Isu kekerasan berbasis gender ditampilkan melalui berbagai unggahan yang menyoroti grooming anak, kekerasan seksual, serta praktik sosial yang menormalisasi dominasi atas tubuh perempuan dan anak. Dalam unggahan Maret 2025 tentang child grooming, relasi antara figur publik dewasa dan anak perempuan direpresentasikan sebagai bentuk kekerasan seksual yang tidak dapat dilegitimasi oleh narasi “suka sama suka”. Korban diposisikan sebagai subjek rentan yang dimanipulasi oleh ketimpangan kuasa, sementara pelaku dan struktur sosial ditampilkan sebagai sumber penindasan. Mengacu pada teori representasi Hall, konten ini membangun makna bahwa consent tidak dapat dilepaskan dari relasi kuasa dan usia. Bahasa korektif dan edukatif digunakan untuk menekan wacana victim-blaming yang kerap muncul dalam budaya populer.

Representasi kekerasan struktural juga tampak melalui kritik terhadap regulasi dan praktik hukum yang bias gender. Infografis April 2025 mengenai pasal-pasal bermasalah dalam RUU KUHAP menggambarkan perempuan dan penyintas sebagai kelompok yang terancam oleh definisi hukum yang sempit dan patriarkal. Negara direpresentasikan bukan sebagai pelindung netral, melainkan sebagai struktur yang turut mereproduksi ketidakadilan. Dalam konteks ini, hukum dibaca sebagai arena perebutan makna dan kuasa, sebagaimana ditegaskan Hall bahwa representasi selalu bersifat ideologis. Perspektif Gill memperkuat pembacaan bahwa feminisme dihadirkan sebagai kritik struktural, bukan sekadar dorongan empowerment individual. Dengan demikian, kekerasan tidak dipahami sebagai peristiwa personal, melainkan sebagai konsekuensi dari sistem sosial yang timpang.

Isu kekerasan juga dikaitkan dengan praktik budaya melalui unggahan Mei 2025 tentang pernikahan anak di Lombok dengan konteks adat merariq. Tradisi direpresentasikan sebagai konstruksi sosial yang dapat berfungsi menindas ketika dijadikan legitimasi untuk mengontrol tubuh dan masa depan anak perempuan. Anak perempuan digambarkan kehilangan hak atas pendidikan dan kesehatan reproduksi atas nama norma budaya. Dalam kerangka Gill, praktik ini dibaca sebagai bentuk regulatory femininity yang mengondisikan kepatuhan sejak usia dini. Sementara itu, Banet-Weiser membantu membaca konten ini sebagai bentuk pedagogi publik feminis yang menantang naturalisasi budaya melalui bahasa visual yang mudah diakses. Representasi kekerasan di @magdaleneid dengan demikian bersifat empatik, politis, dan transformatif.

Selain kekerasan, temuan penting lainnya berkaitan dengan negosiasi peran domestik dan transformasi gender roles dalam keluarga. Konten reels Maret 2025 menampilkan pengalaman perempuan muda yang bercita-cita melanjutkan pendidikan tinggi namun dibatasi oleh tuntutan domestik dan prioritas terhadap saudara laki-laki. Keluarga direpresentasikan sebagai arena konflik sekaligus negosiasi antara norma patriarkal dan nilai kesetaraan. Ketika orang tua akhirnya mendukung pilihan anak perempuan, representasi bergeser dari represi menuju afirmasi agensi. Dalam kerangka Hall, domestisitas ditampilkan sebagai hasil konstruksi sosial, bukan kodrat biologis. Konten ini membangun makna bahwa perubahan gender roles dimulai dari relasi intim dalam keluarga.

Transformasi peran domestik semakin ditegaskan melalui unggahan Mei 2025 yang mengkritik istilah “laki-laki membantu di rumah”. Relasi suami-istri direpresentasikan sebagai kemitraan setara dengan tanggung jawab bersama atas kerja reproduktif. Narasi ini menantang pembagian kerja berbasis gender yang telah lama dinormalisasi. Gill membantu membaca konten ini sebagai kritik terhadap pembebanan kerja emosional dan domestik pada perempuan. Dalam konteks Banet-Weiser, visual dan bahasa populer digunakan untuk menormalisasi kesetaraan sebagai praktik sehari-hari. Dengan demikian, feminisme ditampilkan bukan sebagai ide abstrak, tetapi sebagai etika relasi yang konkret.

Dimensi afirmatif juga menjadi temuan sentral dalam representasi perempuan dan komunitas marginal. Akun @magdaleneid secara konsisten menampilkan perempuan sebagai agen pengetahuan, aktivis lingkungan, dan pemimpin komunitas. Unggahan tentang Klub Baca Puan menampilkan perempuan muda sebagai subjek produksi pengetahuan, bukan objek konsumsi. Representasi ini menggeser citra perempuan dari pasif menjadi aktif dan kolektif. Gill menyebut pola ini sebagai pembentukan identitas feminin baru yang berbasis solidaritas dan pengembangan intelektual. Dengan demikian, narasi afirmatif berfungsi menyeimbangkan representasi kerentanan dengan agensi.

Afirmasi perempuan juga hadir dalam kerangka interseksional yang mencakup isu lingkungan, LGBTQ+, disabilitas, dan usia lanjut. Profil aktivis lingkungan perempuan muda direpresentasikan sebagai pemimpin perubahan yang berakar pada dukungan komunitas dan keluarga egaliter. Pada pride month, queer feminism diintegrasikan sebagai bagian dari perjuangan feminisme yang lebih luas. Representasi perempuan lansia yang tetap vokal menantang ageism

dalam budaya digital. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pengalaman perempuan tidak homogen dan saling berkelindan dengan identitas lain. Feminisme digital di @magdaleneid dengan demikian tampil inklusif dan lintas pengalaman.

Temuan lain yang signifikan adalah kritik terhadap budaya digital dan positioning feminisme sebagai pendidikan publik. Konten mengenai tren red pill, tradwife, dan feminine energy dibingkai sebagai backlash patriarki dalam kemasan baru. Narasi yang tampak sebagai pilihan personal dibongkar sebagai ideologi konservatif yang mereproduksi subordinasi gender. Kritik terhadap brand feminism dan marketplace feminism menegaskan bahwa empowerment simbolik tidak setara dengan perubahan struktural. Konten edukatif seperti mansplaining, grooming, dan kekerasan seksual dirancang sebagai materi literasi gender yang partisipatoris. Audiens diposisikan sebagai mitra diskusi, bukan penerima pasif.

Akhirnya, analisis juga mengungkap tema-tema yang absen seperti KDRT, kesehatan reproduksi, relasi agama dan feminisme, serta isu ekonomi politik gender. Absensi ini mencerminkan strategi kurasi dan keterbatasan medium Instagram, bukan penolakan ideologis. Meski demikian, secara keseluruhan @magdaleneid menunjukkan kekuatan dalam membangun representasi feminisme digital yang kritis, edukatif, dan interseksional. Dengan memadukan empati, data, dan kritik struktural, akun ini berperan sebagai aktor wacana yang signifikan. Representasi yang dihasilkan menempatkan perempuan sebagai subjek berpengetahuan dan komunitas sebagai agen perubahan. Feminisme tampil sebagai bahasa kolektif untuk menafsir ulang budaya dan relasi kuasa di era media sosial.

## **PENUTUP**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa representasi feminisme digital pada unggahan @magdaleneid selama Maret–Agustus 2025 membentuk konstruksi makna yang menempatkan perempuan sebagai subjek yang berdaya, berpengetahuan, dan aktif dalam menghadapi dinamika sosial. Analisis berbasis teori representasi Hall menunjukkan bahwa makna mengenai tubuh, pengalaman, dan relasi kuasa dibangun melalui tanda visual dan naratif yang konsisten. Perspektif Gill memperjelas bagaimana norma postfeminist dan beban emosional perempuan direfleksikan serta dikritik melalui konten digital, sementara konsep Banet-Weiser menegaskan fungsi feminisme digital sebagai jaringan solidaritas dan ruang visibilitas yang memperkuat artikulasi politik perempuan. Dengan demikian, feminisme digital yang direpresentasikan dalam akun ini merupakan arena produksi wacana yang dinamis dan terhubung erat dengan konteks sosial Indonesia.

Selain pola representasi yang kuat, penelitian ini juga menemukan absensi tema tertentu seperti kesehatan reproduksi struktural, ekonomi feminis, pekerja migran, dan politik elektoral yang mencerminkan batas-batas editorial serta logika visibilitas dalam platform digital. Absensi tersebut menunjukkan bahwa wacana feminisme digital terbentuk melalui seleksi tema yang dipengaruhi pertimbangan relevansi, penerimaan publik, dan karakter medium. Secara keseluruhan, akun @magdaleneid berfungsi sebagai ruang edukasi, advokasi, dan penyebaran pengetahuan yang memperkuat literasi gender publik. Representasi feminisme digital yang dihasilkan menegaskan potensi media sosial sebagai arena produksi makna yang berkontribusi pada pembentukan kesadaran kolektif mengenai kesetaraan gender di Indonesia.

Penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi praktisi media dan aktivis digital dalam merancang strategi komunikasi feminisme di media sosial. Temuan menunjukkan bahwa penyampaian isu gender melalui narasi empatik, visual edukatif, dan bahasa yang mudah diakses efektif dalam meningkatkan literasi gender publik. Oleh karena itu, pengelola media dan akun aktivisme digital disarankan untuk mengaitkan pengalaman personal dengan konteks struktural agar pesan feminis tidak berhenti pada ranah individual, tetapi mendorong kesadaran kritis yang lebih luas.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar kajian feminisme digital tidak hanya berfokus pada analisis representasi konten, tetapi juga melibatkan perspektif audiens guna memahami proses interpretasi dan negosiasi makna. Penelitian komparatif antar platform atau antar akun feminis juga berpotensi memperkaya pemahaman mengenai variasi praktik komunikasi feminisme digital dalam konteks budaya dan algoritmik yang berbeda.

## **REFERENSI**

- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Daniah, I. A., & Pribadi, Y. (2023). Digital feminism in Indonesia: The counter-narratives to gender inequality on Instagram. *Jurnal Penelitian*, 20(1), 41–54. <https://doi.org/10.28918/jupe.v20i1.1097>
- Dwityas, N. A., Marta, R. F., & Briandana, R. (2024). Media sosial dan aktivisme digital perempuan: Analisis wacana #Ibutunggalmelawan di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 18(2), 109–132. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss2.art1>
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Polity Press.
- Gill, R., Orgad, S., & Rottenberg, C. (Eds.). (2022). *Postfeminism and popular culture*. Routledge.
- Gowda, M. (2024). The Portrayal of Women in Social Media: Implications for social work practice. *Unisia*, 42(1), 311–344. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol42.iss1.art13>
- Hall, S. (1997). The work of representation. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices* (pp. 13–74). SAGE.
- Jinan, K. H., Eliyanah, E., & Yannuar, N. (2022). Digital feminism in Indonesia: Exploring language use and agency. In

- Proceedings of the 3rd International Conference on Gender Studies (pp. 158–165). Atlantis Press.
- Jouët, J. (2018). DIGITAL FEMINISM: QUESTIONING THE RENEWAL OF ACTIVISM. *Journal of Research in Gender Studies*, 8(1), 133. <https://doi.org/10.22381/jrgs8120187>
- Komnas Perempuan. (2023). *Catahu 2023: Catatan tahunan kekerasan terhadap perempuan*. Komnas Perempuan.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE.
- Lasari, Y. (2023). Ruang cyberfeminism di balik media sosial Instagram Jakarta Feminist. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 262–272. <https://doi.org/10.33366/jkn.v5i2.422>
- Lestari, N., Fadilah, A. N., & Wuryanta, E. W. (2020). Empowered Women & Social Media: Analyzing #YourBeautyRules in Cyberfeminism Perspective. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 280. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.664>
- Lim, M. (2013). Many clicks but little sticks: Social media activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(4), 636–657. <https://doi.org/10.1080/00472336.2013.769386>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE.
- McRobbie, A. (2008). *The aftermath of feminism: Gender, Culture and Social Change*. SAGE.
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236–246.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE.
- Orgad, S., & Gill, R. (2022). *Confidence culture*. Duke University Press.
- Rahmawati, E., & Susilo, D. (2022). Media sosial sebagai ruang baru aktivisme feminis di Indonesia.
- Rofi'ah, A. R., & Farez, L. N. (2025). The Ideal Mother in Media: A Critical Discourse Analysis of maternal roles in National news articles. *journal.unesa.ac.id*. <https://doi.org/10.26740/jsss.v1i3.45517>
- Sadasri, L. M. (2021). WOMEN'S ISSUE ON NEW MEDIA. *Diakom Jurnal Media Dan Komunikasi*, 4(1), 11–24. <https://doi.org/10.17933/diakom.v4i1.149>
- Saraswati, L. A. (2018). Putri, ibu, dan perempuan: Representasi femininitas dalam budaya populer Indonesia. *Marjin Kiri*.
- Sylvina, V., Sari, M. D., & Arlian, M. K. (2023). Feminist digital activism in building social awareness of women's issues in post-pandemic era. *E3S Web of Conferences*, 426, 02150. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342602150>
- Wibisono, R. B., Ayunina, A. Q., Hasanah, M., & Nurhaliza, N. A. (2025). Contesting patriarchy online. *The Sunan Ampel Review of Political and Social Sciences*, 4(2), 176–193. <https://doi.org/10.15642/sarpass.2025.4.2.176-193>
- Widodo, W. R. S. M., Nurudin, & Yutanti, W. (2021). Kesetaraan Gender dalam Konstruksi Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.73>
- Warrad, L., & Khaddam, L. (2020). The effect of corporate governance characteristics on the performance of jordanian banks. *Accounting*, 6(2), 117–126. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2019.12.001>

## BIODATA PENULIS

**Mira Natalia Pellu, M.I.Kom.** merupakan dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Pamulang serta mahasiswa program doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Sahid Jakarta. Bidang kajian dan penelitiannya berfokus pada media dan komunikasi digital, komunikasi persuasif, jurnalistik, serta komunikasi politik.

**Budi Cahyo Hermanto, M.I.Kom.** merupakan dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Pamulang. Bidang kajian dan penelitian mencakup komunikasi manajemen, komunikasi bisnis, hubungan masyarakat, dan komunikasi organisasi.

**Katry Anggraini, M.I.Kom.** merupakan dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang. Fokus keilmuannya meliputi komunikasi pemasaran dan kehumasan.