

**ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS GEN Z
TERHADAP KONTEN ANTI-KEKERASAN PEREMPUAN
PADA AKUN INSTAGRAM @INDONESIAFEMINIS**

**RECEPTION ANALYSIS OF GEN Z FOLLOWERS
TOWARDS ANTI-VIOLENCE AGAINST WOMEN
INSTAGRAM CONTENT OF @INDONESIAFEMINIS**

Fiona Paramita¹, Alila Pramiyanti², I Gayes Mahestu³

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

**fionaprmt@student.telkomuniversity.ac.id¹, alilapramiyanti@telkomuniveristy.ac.id²,
gmahestu@telkomuniversity.ac.id³**

Abstrak

Artikel ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengkaji bagaimana followers Gen Z memaknai (*decode*) konten Anti-Kekerasan Perempuan @indonesiafeminis berdasarkan *frame of knowledge*, *relation of production*, dan *technical infrastructure*. Hasil *decoding* tersebut kemudian diklasifikasikan ke dalam konsep *Hypothetical Audience* yang terdiri dari posisi *dominant-hegemonic*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode Analisis Resepsi oleh Stuart Hall; menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pemilihan informan; melakukan wawancara mendalam dengan masing-masing 10 informan sebagai teknik pengumpulan data; menggunakan Model Analitik Interaktif oleh Miles dan Huberman untuk menganalisis data; dan menggunakan *Qualitative Coding* sebagai teknik reduksi data. Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas followers Gen Z @indonesiafeminis memaknai konten Anti-Kekerasan Perempuan dalam *negotiated position* yang sebagian besar dipengaruhi oleh pemikiran yang kritis, nilai-nilai agama, keadaan keluarga, dan eksplorasi lanjutan melalui medium lain.

Kata kunci : Analisis Resepsi, Followers @Indonesiafeminis, Gen Z, Anti-Kekerasan Perempuan, Konten Instagram

Abstract

This article is a descriptive qualitative study that aims to examine how Gen Z followers decode an Anti-Violence Against Women content of @indonesiafeminis' based on their frame of knowledges, relation of productions, and technical infrastructures. Those decoding outputs then be classified into a Hypothetical Audience concept that consisting of dominant-hegemonic position, negotiated position, and oppositional position. To reach the goals this study used the Audience Reception Theory by Stuart Hall as a methodological analysis; used purposive sampling as an informant selection tool; conducted in-depth interviews with each of 10 informants as data accumulation technique; used the Interactive Analytical Model by Miles and Huberman as a data analysis tool; and used the Qualitative Coding as data reduction technique. This study shows that the majority of @indonesiafeminis' Gen Z followers decode an Anti-Violence Against Women content in a negotiated position which mostly influenced by their critical thinking, religious values, family's circumstances, and advanced exploration through other medium.

Keywords: Audience Reception, @Indonesiafeminis' Followers, Gen Z, Anti-Violence Against Women, Instagram Content

1. Pendahuluan

Salah satu motif kekerasan yang dilakukan oleh laki-laki terhadap perempuan adalah *Rejection Violence*, yaitu kekerasan (*violence*) yang dilakukan akibat mendapat penolakan (*rejection*). Dalam beberapa literatur, sensitivitas penolakan didefinisikan sebagai “sejauh mana seorang individu disibukkan dengan dan bereaksi terhadap persepsi ditolak dalam hubungan sosial atau interaksi” [7]. Seseorang yang memiliki sensitivitas penolakan yang tinggi cenderung akan mereaksikan penolakan dengan agresi, karena mereka melihatnya sebagai sebuah pernyataan tentang harga diri mereka [3]. *Rejection violence* yang terjadi pada perempuan dapat berupa kekerasan secara verbal, mental, fisik, seksual, hingga femisida yaitu pembunuhan terhadap perempuan apabila mengatakan tidak atau menolak ketika diminta melakukan sesuatu oleh laki-laki.

Komnas Perempuan pada Maret 2021 melaporkan catatan temuan bahwa terdapat 299.911 kasus kekerasan terhadap perempuan sepanjang tahun 2020. Dari 8.234 kasus yang ditangani oleh lembaga layanan mitra Komnas Perempuan, sebanyak 2.134 kasusnya merupakan kasus berbasis gender. Isu yang paling menonjol pada ranah publik adalah kekerasan seksual (962 kasus / 55%) seperti perkosaan, pencabulan, pelecehan seksual persetubuhan, percobaan perkosaan, dan kekerasan seksual lainnya. Sementara pada ranah pribadi adalah kekerasan fisik (2.025 kasus / 31%) seperti kekerasan terhadap istri, kekerasan dalam pacaran, kekerasan terhadap anak perempuan, dan kekerasan terhadap pekerja rumah tangga. Menurut Data Sistem Informasi Online (SIMFONI) Kemen PPPA yang diulas oleh Kompas.com, korban yang mengalami kekerasan terdapat dari rentang usia 13 - 60 tahun lebih dengan catatan pelaku terbanyak adalah laki-laki.

Berdasarkan penanganan yang dilakukan Psikolog Yayasan Pulih, Ika Putri Dewi pada sebuah *virtual workshop* yang diadakan oleh The Body Shop Indonesia dan Forum Jurnalis Perempuan Indonesia (FJPI) 2021, pada kebanyakan kasus perempuan yang menjadi korban dari kasus kekerasan yang dilakukan laki-laki memilih untuk diam. Faktornya adalah mereka menganggap bahwa peristiwa tersebut merupakan hal yang memalukan, meragukan proses hukum, dan adanya ketakutan tidak mendapat keberpihakan kepada dirinya. Ditambah dengan minimnya keberadaan media massa yang memberitakan kasus kekerasan terhadap perempuan dengan *angle* yang berpihak kepada korban, atau menggunakan perspektif gender dan feminis.

@indonesiafeminis adalah salah satu akun media feminis di Instagram yang membantu upaya sosialisasi mengenai isu-isu yang dialami oleh perempuan karena melihat minimnya media arus utama dalam memberitakan isu gender dan feminis [16]. Setelah melakukan pra-riset analisis tekstual terhadap akun @indonesiafeminis, tema Anti-Kekerasan Perempuan merupakan kode dominan dari seluruh produksi konten @indonesiafeminis. Mulai dari berita populer predator Reynhard Sinaga, #SahkanRUUPKS, hingga kasus-kasus yang jarang diulas lebih lanjut oleh media *mainstream* seperti perkosaan dalam pernikahan, kekerasan seksual di perguruan tinggi Indonesia, dan *rejection violence* yang sebelumnya telah dibahas. Topik-topik tersebut diproduksi dalam bentuk *meme*, dan hal ini sejalan dengan yang dikatakan [8] bahwa para feminis gelombang empat melakukan produksi editorial berkelanjutan pada kontennya.



Sumber: Akun Instagram @Indonesiafeminis, 2021
Gambar 1. Profil Akun Instagram @Indonesiafeminis

Sebagai sebuah media, ketika @indonesiafeminis membagikan sebuah konten di Instagram maka ia telah menerjemahkan suatu peristiwa atau fenomena ke dalam sebuah wacana diskursif yang dapat mengendalikan persepsi dalam masyarakat, setidaknya persepsi followers-nya terhadap isu Kekerasan Terhadap Perempuan. Proses produksi konten oleh @indonesiafeminis ini disebut sebagai proses *encoding* yang akan menghasilkan Struktur Makna 1. Lalu ketika konten tersebut diterima oleh followers-nya, maka mereka akan mereproduksi makna yang terdapat di dalam konten secara mandiri sehingga menghasilkan Struktur Makna 2. Proses penerimaan konten oleh followers @indonesiafeminis ini disebut sebagai proses *decoding* dan pemaknaan akan muncul ketika followers telah memiliki pemahaman atas sebuah pesan yang diterimanya. Proses *Encoding - Decoding* ini mengacu pada Teori Resepsi Khalayak yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Menurut Hall, seluruh makna yang diproduksi dalam proses tersebut dibentuk oleh tiga hal yaitu (1) *frameworks of knowledge*, (2) *relation of production*, dan (3) *technical infrastructure*.

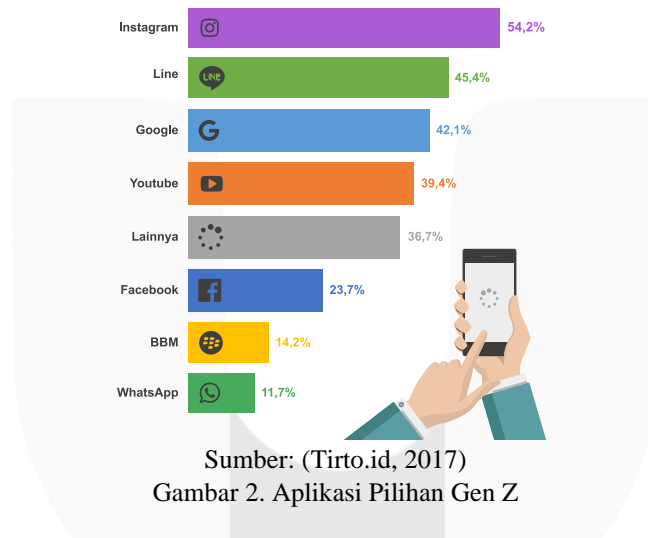
Dalam buku (Morrisan, 2010:550-551) [13] yang berjudul Teori Komunikasi Massa, Hall menjelaskan melalui konsep *Hypothetical Audience* bahwa ketika seseorang menerima sebuah pesan dari suatu media terdapat beberapa proses *decoding* yang berbeda-beda, diantaranya: (1) *Dominant-Hegemonic Position*, dimana khalayak memahami pesan apa adanya sejalan dengan kode dominan yang dibangun dari awal oleh pemproduksi pesan; (2) *Negotiated Position*, dimana khalayak memahami pesan yang disampaikan namun terdapat proses penyeleksian berdasarkan kecocokan dengan dirinya; dan (3) *Oppositional Position*, dimana khalayak menggali kode wacana yang disampaikan tetapi memutuskan untuk melakukan *decoding* dalam sebuah kerangka acuan alternatif dan menolak kode yang terdapat pada pesan. Proses *decoding* yang berbeda-beda juga dapat dialami oleh followers @indonesiafeminis sebagai khalayak aktif.

Proses *decoding* oleh followers @indonesiafeminis merupakan fokus pada penelitian ini, khususnya proses *decoding* terhadap konten *rejection violence* yang tergolong dalam tema Anti-Kekerasan Perempuan yang akan mengacu pada ketiga hal pembentuk makna. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana followers

@indonesiafeminis dalam menginternalisasi konsumsi konten *rejection violence* dengan cara yang berbeda-beda kemudian mengklasifikasikan proses *decoding*-nya ke dalam konsep *Hypothetical Audience*. Berdasarkan pra-riset yang dilakukan peneliti terhadap 30 akun serupa, @indonesiafeminis adalah salah satu akun feminis yang memiliki jumlah followers terbanyak di Instagram dengan 103K followers (*TOP 3 Indonesia*). Artinya terdapat banyak sekali sirkulasi makna yang terjadi di bawah akun @indonesiafeminis, terlebih karakteristik akunnya yang interseksional akan menambah variatif pemaknaan pada penelitian ini.

Istilah interseksional menurut Kimberle Crenshaw merupakan sebuah kajian tentang titik temu atau hubungan antar segala sistem atau bentuk penindasan, dominasi atau diskriminasi yang berdasarkan gender, ras, agama, orientasi seksualitas, kelas sosial dan sumbu lainnya dalam memberikan kontribusi terhadap kesenjangan sosial yang bersifat sistematis [5]. Gagasan interseksional merupakan pembeda Feminisme Gel-4 dengan gelombang sebelumnya (Munro, 2013) yang mana gerakannya dapat dirangkum dalam konsep *Digital Feminist Activism (DFA)* yang menawarkan alat dan strategi baru bagi feminis untuk menyebarkan kesadaran, menyebarkan informasi dan memobilisasi konstituen [4] melalui pemanfaatan *new media* dan *social media*. Anti-Kekerasan Perempuan merupakan salah satu agenda utama dalam gerakan Feminisme Gel-4, khususnya Anti-Kekerasan Seksual terhadap perempuan yang digaungkan di media sosial seperti Instagram.

Berdasarkan penelitian *We Are Social 2020*, Instagram adalah satu dari lima *platform* paling populer di dunia sepanjang kuartal dua tahun 2020 [20] dan Indonesia merupakan pengguna Instagram terbanyak ke-empat sedunia [15] yang di dominasi oleh Gen Z (1995-2010) dan kaum perempuan. Pada tahun 2019 lalu, peran Gen Z dalam usaha aktivisme menyumbang energi yang signifikan seperti aksi #ReformasiDikorupsi [1] dan #DiperkosaNegara [9] yang dikerahkan secara *offline* maupun *online*. Namun walaupun Gen Z telah turut menyumbang peran yang besar bagi sejarah digital, setidaknya di Indonesia, namun jumlah penelitian di Indonesia mengenai keterlibatan Gen Z dalam aksi kolektif digital cenderung masih lebih sedikit jika dibandingkan generasi seniornya yaitu *Millenials*. Kondisi tersebut kemudian yang mendorong peneliti untuk mengikutsertakan Gen Z dalam penelitian ini sebagai subjek yang melakukan proses *decoding* terhadap konten *rejection violence*.



Terlebih Gen Z juga merupakan *digital native* di mana mereka lahir ketika akses terhadap *new media* dan *social media* sudah menjadi budaya global. Dalam buku *Teori Komunikasi Massa*, McQuil menjelaskan bahwa *new media* salah satunya menawarkan *interactivity*, *convergence*, *digisation*, dan *development of network* mengenai pembuatan pesan dan penyampainnya. Keunggulan *new media* ini telah dimanfaatkan oleh organisasi maupun komunitas untuk tetap terhubung dengan para partisipannya. Bahkan tak jarang kelompok tersebut memiliki agenda tertentu sehingga melahirkan sebuah aksi yang disosialisasikan melalui akunnya tersebut di media sosial. Seperti yang dilakukan @indonesiafeminis yang merupakan objek pada penelitian ini. Maka fokus pada penelitian ini menjadi Analisis Resepsi Followers Gen Z Terhadap Konten Anti-Kekerasan Perempuan Pada Akun Instagram @Indonesiafeminis.

2. Dasar Teori /Material dan Metodologi/perancangan

Penelitian ini merupakan penelitian *descriptive qualitative* yang berlandaskan pada paradigma konstruktivis. Melalui paradigma konstruktivis peneliti dapat mempelajari variasi realita yang terkonstruksi oleh setiap individu (Patton, 2002), yang mana dalam hal ini berkaitan dengan pemaknaan atau interpretasi khalayak atas kode-kode simbolis dalam teks media. Untuk mencapai hal tersebut, peneliti menggunakan *Encoding – Decoding Theory* oleh Stuart Hall sebagai pisau analisis atau lebih dikenal dengan Analisis Resepsi sebagai metode penelitian. Analisis resepsi merupakan salah satu studi yang memberikan fokus pada pandangan khalayak, di mana mereka dapat menghasilkan pemaknaan (*decoding*) yang berbeda-beda dari satu pesan media yang sama.

Subjek pada penelitian ini merupakan individu yang memproduksi Struktur Makna 2 dari pesan media, yang mana adalah followers Gen Z @indonesiafeminis yang lahir di antara tahun 1995-2002. Sedangkan objek pada penelitian ini merupakan pemaknaan (*decoding*) followers Gen Z atas konten yang menjadi kode dominan dari keseluruhan produksi akun @indonesiafeminis, yaitu konten dengan tema Anti-Kekerasan Perempuan. Dari keseluruhan konten dengan tema tersebut peneliti menyeleksi dan menetapkan satu konten pilihan untuk dijadikan unit analisis penelitian, yaitu konten *rejection violence* (total 8 halaman) yang diunggah pada 24 Maret 2021 di akun Instagram @indonesiafeminis.

Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan perpaduan teknik *purposive sampling*. Kemudian pengumpulan data dilakukan melalui *in-depth interview* dengan instrumen bantuan aplikasi ZOOM. Analisis data penelitian ini menggunakan teknik Mode Interaktif oleh Miles dan Huberman, serta *Qualitative Coding (open, axial, selective)* sebagai teknik reduksi data. Berikut data dari 10 orang informan yang merupakan followers Gen Z @indonesiafeminis:

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No.	Informan	Usia	Agama	Bidang
1.	ALF	23	Islam	Mahasiswa Desain Produk
2.	FTM	21	Islam	Mahasiswa Komunikasi & Pembangunan Masyarakat
3.	NDA	24	Islam	<i>Creative Worker</i>
4.	ALX	18	Katolik	Pelajar SMA
5.	DVD	19	Islam	Mahasiswa Adm. Publik
6.	MGA	22	Islam	Mahasiswa Manajemen
7.	CHK	22	Islam	Mahasiswa Pertanian
8.	ANS	20	Protestan	Mahasiswa, <i>Language Tutor</i>
9.	RCL	23	Islam	Mahasiswa K3
10.	TTN	24	Hindu	<i>Social Media Specialist</i>

3. Pembahasan

Pada bagian ini peneliti akan menjabarkan hasil penelitian dengan mengklasifikasikannya menjadi empat bagian besar. Pertama, pemaknaan khalayak dibentuk oleh *frameworks of knowledge*. Kedua, pemaknaan khalayak dibentuk oleh *relation of production*. Ketiga, pemaknaan khalayak dibentuk oleh *technical infrastructure*. Ke-empat, dari ketiga bagian besar tersebut hasil pemaknaan para informan akan dianalisis ke dalam *Hypothetical Audience*, untuk mengetahui apakah pemaknaannya tergolong pada posisi *dominant-hegemonic*, *negotiated*, atau *oppositional*. Pada bagian pertama peneliti akan menjelaskan pemaknaan followers Gen Z yang dibentuk oleh (1) **frameworks of knowledge**. Hal tersebut meliputi pemahaman, pengetahuan yang didapat dari pendidikan formal maupun informal yang membantu proses pemaknaan, pemikiran atau ideologi, dan pengalaman. Hasil pemaknaan pada faktor ini menunjukkan hasil yang cenderung beroperasi pada posisi *negotiated position* dengan *dominant-hegemonic position* sebagai pemaknaan tandingan melalui relevansi pengalaman masa lalu.

Sebelum membahas mengenai proses *decoding*, ada baiknya pembaca melihat pemahaman atau komprehensi followers Gen Z terhadap konten *rejection violence* terlebih dahulu. Karena dalam hal ini, @indonesiafeminis tentunya menginginkan khalayaknya beroperasi dalam kode dominan pesan yang disampaikan oleh *encoder*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan (ALF, FTM, NDA, ALX, DVD, MGA, CHK, ANS, RCL, TTN) dapat menangkap kode dominan pesan pada konten *rejection violence*, yang artinya mereka dapat memahami secara komprehensif apa yang sedang dibahas dan apa yang menjadi persoalan utama pada konten tersebut. Kode dominan tersebut diinterpretasikan dengan melakukan pengulangan narasi, melakukan parafrase, atau pun memberikan contoh kasus terkait.

Walaupun mayoritas informan dapat menangkap kode dominan dan memahami isi pesan pada konten, **terdapat fenomena ke-tidak-seliner-an** antara followers Gen Z dengan apa yang menjadi maksud media yang ditemukan pada pemaknaan salah satu informan, yaitu **informan DVD**. Informan tersebut kurang memahami mengenai perbedaan antara Kekerasan Berbasis Gender dengan kekerasan pada umumnya. Fenomena ke-tidak-seliner-an tersebut merupakan hal yang wajar seperti apa yang dijelaskan [24] bahwa dalam proses *decoding*, antara Struktur Makna 1 dengan Struktur Makna 2 dapat mengalami ketidaksimetrisan yang bersifat harafiah. Seperti khalayak tidak memahami istilah-istilah yang digunakan atau khalayak tidak memahami isu atau topik yang disampaikan media.

Untuk dapat membedakan tindak kekerasan umum dengan tindak kekerasan berbasis gender, tindakan kekerasan yang berlandaskan pada asumsi gender dan atau seksual tertentu dilakukan dengan muatan niatan atau maksud yang melecehkan korban berdasarkan asumsi gender dan seksual. Sementara jika motif atau niatannya sama sekali tidak berkaitan dengan gender dan seksual, maka itu kategori kekerasan umum [17]. Setelah followers Gen Z dapat memahami isi pesan konten *rejection violence*, maka selanjutnya mereka akan melakukan proses *decoding* atau pemaknaan.

Setelah makna diproduksi dan didistribusikan oleh media kemudian diterima oleh khalayak, maka pesan sudah berada dalam wacana yang bermakna / *meaningful* (Hall, 1980). Maka pada momen ini pembuat pesan sudah tidak lagi memiliki kendali atas pesan yang telah diproduksi, kuasa penafsiran pesan telah sepenuhnya berada di tangan khalayak. Hasil pemaknaan followers Gen Z mengenai **konteks dan tujuan** konten *rejection violence* menunjukan hasil yang cenderung beroperasi pada posisi negosiasi. Pada posisi negosiasi, **pemaknaan yang paling menonjol yaitu terkait dengan kesan ambigu** yang ditimbulkan akibat ketidaklengkapan informasi mengenai poin pencegahan dari isu *rejection violence*. Pemaknaan tersebut dihasilkan, disanggah, dan dilengkapi oleh informan **ALF, NDA, ANS, & DVD**.

Ambiguitas makna merupakan kata atau kalimat yang dapat dipahami atau ditafsirkan dalam dua makna atau lebih [6]. Namun ambiguitas yang ditemukan pada penelitian ini tidak disebabkan dari struktur kata maupun kalimat pada konten, namun lebih merujuk kepada perbedaan sensasi dan pengalaman baca yang dirasakan oleh khalayak, seperti meningkatnya ketakutan khalayak perempuan untuk menolak permintaan dari laki-laki. Hal ini berkaitan dengan keterlibatan persepsi yang berbeda-beda dalam mengonsumsi pesan, di mana persepsi merupakan sensasi yang diterima seseorang, diseleksi, dan diinterpretasikan [18] kemudian mereaksikannya [23]. Tepatnya, kesan ambigu tersebut dipengaruhi oleh Faktor Fungsional persepsi yang melibatkan situasi emosional dan kesiapan mental. Sebagai sebuah wacana, pemaknaan terhadap pesan media menjadi sesuatu yang terbuka terhadap variasi makna atas proses *decoding* oleh khalayak, yang artinya teks media selalu terbuka pada lebih dari satu interpretasi [24].

Pada posisi pemaknaan negosiasi lain yang kurang menonjol, **informan FTM menyatakan bahwa terjadinya rejection violence pada perempuan tidak hanya disebabkan oleh toxic masculinity**, namun @indonesiafeminis memilih untuk menyeleksinya demi kepentingan agenda feminisme sebagai landasan ideologinya. Sementara mayoritas informan lain menyetujui bahwa *toxic masculinity* merupakan penyebab terjadinya kekerasan terhadap perempuan. Selain menyetujui *toxic masculinity* sebagai penyebab perilaku kekerasan, mayoritas informan followers Gen Z juga menyetujui angle/perspektif penulisan yang digunakan pada konten *rejection violence* yang berfokus pada perilaku destruktif pelaku kekerasan. Pemaknaan FTM tersebut berkaitan dengan pengetahuannya mengenai *agenda-setting* pada media atau biasa disebut *framing*. *Agenda-setting* adalah teori yang menyatakan bahwa media membentuk gambaran atau isu yang penting dalam pikiran [10].

Sementara pada posisi tandingan, pengalaman terkait *rejection violence* memperkuat posisi pemaknaan *dominant-hegemonic* followers Gen Z pada faktor *frameworks of knowledge*. Pengalaman mengenai objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh melalui panca indra manusia disebut sebagai persepsi [19]. Pengalaman individu yang dipersepsikan merupakan bagian dari pengetahuan empirikal, maka pengalaman followers Gen Z terkait kasus *rejection violence* merupakan pengetahuan empirikal yang dipersepsikan dari kejadian sehari-hari. Pengetahuan empirikal yang mempengaruhi pemaknaan followers Gen Z terhadap konten *rejection violence* terbagi menjadi dua jenis, yaitu (1) *descriptive knowledge* yang merupakan pengetahuan empirikal yang meliputi pengalaman pribadi terkait *rejection violence*; dan (2) *knowledge by acquaintance* yang merupakan pengalaman menyaksikan atau mendengar cerita orang lain terkait *rejection violence*.

Melalui penelitian ini, ditemukan **6 dari 10 orang informan pernah menjadi korban dari rejection violence dan 5 diantaranya dialami oleh perempuan**. Melalui penelitian ini, peneliti juga menemukan pola berulang di mana mayoritas kasus *rejection violence* baik dari jenis *descriptive knowledge* maupun *knowledge by acquaintance* terjadi di ranah pribadi, yaitu **hubungan pacaran** serta menunjukkan keterkaitan signifikan dengan **kegiatan seksual**. Menurut pemaknaan para informan, *rejection violence* dalam kehidupan sehari-hari bisa datang dari fenomena yang paling umum diterima oleh perempuan seperti menolak perilaku *cat-calling*. Selain itu penolakan lain yang diasosiasikan dalam pemaknaan followers Gen Z adalah menolak memberikan foto vulgar, hingga menolak untuk berhubungan intim seperti yang terdapat pada konten *rejection violence* di Halaman 3.

Melalui pemaknaannya, followers Gen Z menganggap bahwa kekerasan yang diterima setelah melakukan penolakan dapat berupa tindakan yang tidak mudah untuk disadari karena tidak terlihat seperti perilaku kekerasan dan terlihat tidak berbahaya. Maka kekerasan tersebut merupakan bentuk kekerasan psikis. Kekerasan psikis merupakan kekerasan yang paling banyak dialami informan setelah melakukan penolakan, seperti perilaku manipulatif, pengancaman, dan terror seperti yang terdapat pada konten *rejection violence* di Halaman 5. Di Indonesia, ketentuan hukum terkait kekerasan psikis diatur pada Pasal 7 UU No.23/2004 PKDRT yang hanya berlaku dalam lingkup rumah tangga. Sementara Kumparan.com menyebutkan bahwa 80% dari kasus kekerasan dalam relasi romantis merupakan kekerasan psikis [22].

Selain kekerasan yang diterima dalam motif penolakan, para informan juga mengaitkan pengalaman kekerasan dengan motif lain ketika melakukan pemaknaan terhadap konten *rejection violence*, yang mana kekerasan seksual merupakan jenis kekerasan yang paling sering dialami informan perempuan. Pengalaman followers Gen Z terkait motif kekerasan lain juga memperkuat kembali sebagian besar dari mereka untuk berada pada posisi pemaknaan yang dominan karena menganggap bahwa kasus yang dibagikan pada konten tersebut adalah benar. Berikut tabel berisi kesimpulan posisi pemaknaan followers Gen Z dilihat dari faktor *frameworks of knowledge*:

Tabel 2. *Hypothetical Audience: Frameworks of Knowledge*

No.	Informan	Dominant	Negotiated	Oppositional
1.	ALF			
2.	FTM			
3.	NDA			
4.	ALX			

5.	DVD			
6.	MGA			
7.	CHK			
8.	ANS			
9.	RCL			
10.	TTN			

Pada bagian kedua peneliti akan menjelaskan pemaknaan khalayak dibentuk oleh (2) *relation of production* yang meliputi nilai-nilai yang diterapkan relasi komunitas sosial seperti keluarga, kelompok agama, pergaulan, lingkungan pekerjaan, atau kelompok sosial lainnya. Pada faktor ini pemaknaan followers Gen Z menunjukkan hasil yang lebih beragam dan cenderung beroperasi pada *oppositional position*.

Kondisi kecenderungan pada *oppositional position* pada faktor ini dibentuk dari sebagian nilai-nilai komunitas agama, kondisi keluarga, maupun lingkungan yang kaku dan tabu terhadap pembahasan Kekerasan Terhadap Perempuan, gender dan edukasi seks, khususnya bagi keluarga yang agamis. Sebagian followers Gen Z (**CHK & RCL**) menilai bahwa umat yang menganut suatu agama secara extreme-konservatif memiliki **kecenderungan dalam mendorong terjadinya kekerasan terhadap perempuan** dengan dukungan ayat-ayat kitab suci. Bahkan terdapat sebuah argumen yang merasa diuntungkan dari kondisi keluarga yang tidak agamis karena hal tersebut menjauhkannya dari perilaku kekerasan yang dilakukan anggota keluarga laki-laki, seperti ayah atau saudara laki-laki.

Anggapan bahwa agama merupakan faktor pendorong terjadinya kekerasan terhadap perempuan dinilai sebagai perspektif terhadap agama yang keliru bagi beberapa followers Gen Z (NDA, ALX, DVD) yang melihat agamanya secara positif (walaupun mereka pernah mengalami *rejection violence* atau motif kekerasan lainnya dalam lingkup keluarga yang dilakukan oleh ayah/suami). Bagi keluarga followers Gen Z (**FTM & MGA**) yang agamis-progresif pembahasan terkait hal ini dapat diterima secara terbuka, walaupun pada dasarnya **Feminisme merupakan gagasan yang bertentangan dengan nilai agama**. Walaupun kondisi ini tergolong dalam proses negosiasi, unsur oposisi pada keseluruhan pemaknaan followers Gen Z dari faktor ini terbilang masih menonjol. Persoalan mengenai agama dan isu perempuan memang menjadi salah satu bias yang paling banyak menjadi sumber perdebatan, bukan hanya di Indonesia melainkan seluruh agama di dunia [2].

Pada kondisi ini keluarga masih belum menjadi ruang yang aman bagi beberapa followers Gen Z di mana selain diketahui melalui pemaknaannya diantaranya yang **mengalami kekerasan dalam keluarga, keluarga pun merupakan salah satu alasan di mana perempuan merasa tidak berdaya ketika menerima perilaku kekerasan**. Di tengah kondisi tersebut, followers Gen Z mampu mengedukasi dirinya secara mandiri melalui internet, walaupun sering kali berbeda haluan dengan nilai yang dianut lingkungannya sendiri, khususnya keluarga dan kelompok agamanya. Hal ini tentunya tidak cukup untuk melindungi para korban kekerasan berbasis gender dan siapa saja yang berpotensi mendapatkan perilaku kekerasan. Berikut tabel berisi kesimpulan posisi pemaknaan followers Gen Z dilihat dari faktor *relation of production*:

Tabel 3. *Hypothetical Audience: Relation of Production*

No.	Informan	Dominant	Negotiated	Oppositional
1.	ALF			
2.	FTM			
3.	NDA			
4.	ALX			
5.	DVD			
6.	MGA			
7.	CHK			
8.	ANS			
9.	RCL			
10.	TTN			

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan pemaknaan khalayak dibentuk oleh (3) *technical infrastructure* yang meliputi kapan, dimana, alat bantu apa dan medium apa yang digunakan khalayak dalam mengonsumsi pesan media. Pada faktor ini, pemaknaan followers Gen Z lebih banyak beroperasi pada *negotiated position* melalui proses-proses berikut ini.

Dalam memaknai konten di media sosial, followers Gen Z tidak serta merta mempersepsikannya berdasarkan pemikiran dan pengetahuan yang dimilikinya saja. Terkadang mereka (**MGA, CHK, RCL**) masih **memerlukan eksplorasi lanjutan** seperti mencari pembahasan serupa di akun Instagram feminis lain, mengakses Google, hingga YouTube untuk membantu meningkatkan kedalaman pemahaman. Seperti pemaknaan followers Gen Z terhadap konten *rejection violence* yang membutuhkan ekstensi tersebut karena pembahasannya yang dianggap awam (khususnya mengenai istilah/konsep *rejection violence* itu sendiri, istilah femisida, dan istilah/konsep *toxic masculinity*) dan pembahasannya cukup sulit untuk dipahami dalam satu periode waktu tertentu. Hal ini berkenaan dengan peran media sebagai sumber informasi.

Selain alat bantu/platform yang telah disebutkan sebelumnya, followers Gen Z (**MGA**) juga mempertimbangkan tanggapan-tanggapan pengguna lain yang tertera pada kolom komentar dalam memaknai konten *rejection violence* sebelum akhirnya menjustifikasi konteks dan memaknai pesan secara keseluruhan dan final. Hal ini disebabkan karena ketidakpercayaan diri terhadap pemikirannya yang mandiri. Momen pemilahan makna melalui komentar pengguna lain oleh followers Gen Z ini seperti yang dijelaskan [11] dalam salah satu dari tiga poin *nexus*-nya, bahwa di era media sosial terdapat momen masuknya audiens ke dalam teks media sosial, di mana audiens menampilkan banyak aspek interpretasi dan hubungannya dengan teks. Kondisi ini dinilai merupakan keunikan dari penelitian analisis resepsi terhadap *new media* [21].

Sifat *new media* yang interaktif juga memungkinkan khalayak untuk mereaksi dan merespon suatu pesan secara langsung [12]. Seperti yang dilakukan followers Gen Z di Instagram yang memberikan reaksi melalui fitur *like* atas konten *rejection violence* yang telah diterimanya. Pada umumnya fitur *like* di Instagram berfungsi sebagai simbol bahwa khalayak menyukai unggahan tersebut. Namun bagi followers Gen Z, hal ini tidak bisa dijadikan indikator tunggal bahwa seseorang menyetujui suatu unggahan. Terdapat berbagai alasan dibaliknya diantaranya sebagai bentuk dukungan, apresiasi, persetujuan, ketertarikan, dan alat pemaksimalan algoritma terhadap topik serupa. Berikut tabel berisi kesimpulan posisi pemaknaan followers Gen Z dilihat dari faktor *technical infrastructure*:

Tabel 4. *Hypothetical Audience: Technical Infrastructure*

No.	Informan	Dominant	Negotiated	Oppositional
1.	ALF			
2.	FTM			
3.	NDA			
4.	ALX			
5.	DVD			
6.	MGA			
7.	CHK			
8.	ANS			
9.	RCL			
10.	TTN			

Selanjutnya setelah mengetahui pemaknaan followers Gen Z dari ke-tiga faktor pembentuk makna, pada bagian ini peneliti akan menjelaskan bagaimana masing-masing posisi (**4**) *hypothetical audience* terbentuk dari ke-tiga faktor tersebut.

Pada *dominant-hegemonic position* pemaknaan followers Gen Z lebih banyak dipengaruhi oleh faktor *frame of knowledge* melalui keberpihakannya dengan angle/perspektif penulisan konten dan relevansi kasus *rejection violence* dengan pengalaman masa lalu mereka, baik *descriptive knowledge* maupun *knowledge by acquaintance*.

Pada *negotiated position* pemaknaan followers Gen Z lebih banyak dipengaruhi oleh faktor *frame of knowledge* melalui pemikiran yang skeptis dan kritis terhadap konteks dan tujuan konten, serta faktor *technical infrastructure* melalui eksplorasi lanjutan dan pemilahan makna. Pada *oppositional position* pemaknaan followers Gen Z lebih banyak dipengaruhi oleh faktor *relation of production* melalui nilai-nilai kultur/agama yang bertentangan dengan Feminisme, memicu kekerasan terhadap perempuan, dan unsur kekerasan terhadap perempuan dalam keluarga.

Setelah mengintegrasikan seluruh pemaknaan dari ke-tiga faktor pembentuk makna, maka hasil *hypothetical audience* followers Gen Z dalam memaknai konten *rejection violence* cenderung beroperasi pada *negotiated position*. Artinya mereka memahami isi pesan dan menerima kode awal media, namun terdapat proses seleksi berdasarkan kecocokan atau nilai-nilai yang dimiliki. Dalam hal ini seleksi yang dilakukan followers Gen Z adalah melalui pemikiran yang skeptis dan kritis (*frameworks of knowledge*), kecocokan dengan nilai-nilai agama/kultur, serta unsur kekerasan terhadap perempuan dalam keluarga (*relation of production*).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan kepada 10 orang informan yang memiliki perbedaan jenis kelamin, usia, domisili, dan tingkat pendidikan mengenai pemaknaan terhadap konten *rejection violence*, peneliti melakukan analisis hasil penelitian tersebut yang terbagi menjadi tiga bagian besar dan berikut merupakan kesimpulannya :

1. Pada faktor *frame of knowledge*, pemaknaan followers Gen Z menunjukkan **kecenderungan pada posisi negosiasi dengan posisi dominan sebagai pemaknaan tandingan**. Dalam situasi dominan, pemaknaan informan dipengaruhi oleh kepasifan dalam mempertimbangkan kembali pesan media dan diperkuat oleh relevansi kasus-kasus *rejection violence* dengan pengalaman nyata para informan. Sementara pada situasi negosiasi lebih banyak didorong oleh pemikiran yang skeptis dan kritis terhadap konteks dan tujuan konten. Proses negosiasi yang dilakukan seperti memberikan saran, mengkritisi, dan sikap skeptis terhadap agenda media. Pemaknaan pada situasi ini bersifat saling melengkapi sehingga menunjukkan suatu pemahaman yang utuh terhadap konteks konten *rejection violence*.

2. Pada faktor *relation of production*, pemaknaan followers Gen Z menunjukkan hasil yang lebih beragam dan **cenderung berada pada posisi oposisional**. Posisi oposisional ini didorong oleh nilai agama pada lingkungan sekitar informan yang bertentangan dengan perspektif feminisme dan terdapat unsur kekerasan terhadap perempuan dalam keluarga informan. Namun setelah melakukan penggabungan dari keseluruhan pemaknaan *relation of production*, beberapa informan dalam posisi oposisional bergeser menjadi posisi negosiasi. Sementara pada posisi dominan, kondisi keluarga dan nilai agama informan sama-sama menentang tindak kekerasan terhadap perempuan.
3. Pada faktor *technical infrastructure*, pemaknaan followers Gen Z **lebih banyak beroperasi pada posisi negosiasi**, seperti melakukan eksplorasi lanjutan melalui medium lain dan pemilahan makna melalui komentar pengguna lain. Posisi dominan dalam faktor ini disebabkan karena tidak adanya aksi lanjutan setelah mengonsumsi konten dan memaknai konten secara mandiri, serta memanfaatkan fitur Instagram sesuai dengan fungsinya awalnya terhadap konten *rejection violence*.
4. *Hypothetical audience* followers Gen Z dalam memaknai konten *rejection violence* **cenderung beroperasi pada negotiated position**. Dalam hal ini seleksi yang dilakukan followers Gen Z adalah melalui pemikiran yang skeptis dan kritis (*frameworks of knowledge*), kecocokan dengan nilai-nilai agama/kultur, serta unsur kekerasan terhadap perempuan dalam keluarga (*relation of production*).

Referensi

- [1]Adam, A. (2019, September). Memahami Peran Gen Z dalam Aksi #ReformasiDikorupsi di DPR. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/memahami-peran-gen-z-dalam-aksi-reformasidikorupsi-di-dpr-eiNt>
- [2]Amilia, D. L. (2019). Feminisme, Relasinya dalam Agama dan Budaya. *Jawapos.Com*. <https://www.jawapos.com/minggu/buku/04/08/2019/feminisme-relasinya-dalam-agama-dan-budaya/>
- [3]Ayduk, O., Mendoza-Denton, R., Mischel, W., Downey, G., Peake, P. K., & Rodriguez, M. (2000). Regulating the interpersonal self: Strategic self-regulation for coping with rejection sensitivity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 776–792(79(5)).
- [4]Clark, C. (2015). #TrendingFeminism: The Impact of Digital Feminist Activism. www.proquest.com
- [5]Coaston, J. (2019, May 28). The Intersectionality Wars. *Www.Vox.Com*. <https://www.vox.com/the-highlight/2019/5/20/18542843/intersectionality-conservatism-law-race-gender-discrimination>
- [6]Fromkin, V., Rodman, R., & Hyams, N. (2014). An Introduction to Language. In *Wadsworth* (10th Editi). Michael Rosenberg.
- [7]Galliher, R. V., & Bentley, C. G. (2010). Links Between Rejection Sensitivity and Adolescent Romantic Relationship Functioning: The mediating Role of Problem-Solving Behaviors. *Journal of Aggression, Maltreatment and Trauma*, 19(6), 603–623. <https://doi.org/10.1080/10926771.2010.502066>
- [8]Jouët, J. (2018). Digital feminism: Questioning the renewal of activism. *Journal of Research in Gender Studies*, 8(1), 133–157. <https://doi.org/10.22381/JRGS8120187>
- [9]Kinasih, S. (2020, July 3). Jejak Politik K-pop dari #ReformasiDikorupsi hingga Kampanye Trump Baca selengkapnya di artikel “Jejak Politik K-pop dari #ReformasiDikorupsi hingga Kampanye Trump”, <https://tirto.id/fMuk>. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/jejak-politik-k-pop-dari-reformasidikorupsi-hingga-kampanye-trump-fMuk>
- [10]Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). Encyclopedia of Communication Theory. In *Encyclopedia of Communication Theory* ((Vols. 1-2). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4135/9781412959384>
- [11]Mathieu, D. (2015). *La constant rellevància de l'anàlisi de la recepció a l'era de les xarxes socials - The Continued Relevance of Reception Analysis in the Age of Social Media*. <https://forskning.ruc.dk/en/publications/the-continued-relevance-of-reception-analysis-in-the-age-of-social-media>
- [12]McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika. [https://difarepositories.uin-suka.ac.id/122/1/Teori Komunikasi Masa McQuail.pdf](https://difarepositories.uin-suka.ac.id/122/1/Teori%20Komunikasi%20Masa%20McQuail.pdf)
- [13]Morrison, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbita Kencana.
- [14]Munro, E. (2013). Feminism: A Fourth Wave? *Political Insight*, 4(2), 22–25. <https://doi.org/10.1111/2041-9066.12021>
- [15]Nancy, Y. (2019). Pengguna Facebook & Instagram di Indonesia Terbanyak Ke-4 di Dunia. *Tirto.Id*, 1. <https://tirto.id/pengguna-facebook-instagram-di-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia-ee8n>
- [16]Parahita, G. D. (2019). The Rise of Indonesian Feminist Activism on Social Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 104–115. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i2.331>
- [17]PKBI. (2021). *Kekerasan Berbasis Gender (KBG)*. PKBI-DIY.Info. <https://pkbi-diy.info/kekerasan-berbasis-gender-kbg/>
- [18]Prasetyo, R., & Ihalauw, J. J. O. (2005). *Perilaku konsumen*. Andi.
- [19]Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/10399/psikologi-komunikasi.html>
- [20]Riyanto, A. D. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- [21]Schrøder, K. C. (2019). Audience Reception Research in a Post-broadcasting Digital Age. *Television and New Media*, 20(2), 155–169. <https://doi.org/10.1177/1527476418811114>

- [22]Setara, C. (2019). Kekerasan Psikologis: Tidak Tampak tapi Berbahaya untuk Hubunganmu. *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/cinta-setara/kekerasan-psikologis-tidak-tampak-tapi-berbahaya-untuk-hubunganmu-1s4VtKRvjRN/full>
- [23]Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Pustaka Setia.
- [24]Storey, J. (2003). Reception Theory. In *Save Cultural Studies and the Study of Popular Culture* (p. 176). University of Georgia Press.

