

ABSTRAK

Ketidaksetaraan gender masih sering terjadi di Indonesia. Kampanye digital Women Lead yang diadakan oleh Magdalene bersama Investing in Women untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kesetaraan gender di tempat kerja. #komikceritaindah adalah konten yang membungkus kasus kesetaraan gender di tempat kerja dengan ilustrasi komik. Audiens berpendapat mengenai isu kesetaraan gender yang kerap kali terjadi di #komikceritaindah. Mayoritas audiens menceritakan pengalaman pribadinya yang berhubungan dengan isu kesetaraan gender. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam mengenai interaktivitas tentang isu kesetaraan gender yang dibahas oleh pengikut @magdaleneid dalam konten #komikceritaindah. Penelitian ini fokus terhadap interaktivitas yang membahas tentang isu ketidaksetaraan pada konten #komikceritaindah periode Agustus hingga Desember 2022. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi etnografi virtual agar dapat menganalisis secara mendalam aktivitas audiens yang terjadi dalam *online* dan hubungannya dengan kondisi *offline*. Penelitian ini mengumpulkan data dengan metode observasi media sosial dan wawancara kepada narasumber. Penelitian ini mengacu pada teori interaktivitas Mc Millan dan Dowes pada 2000 tentang dimensi interaktivitas di media siber. Hasilnya, keenam dimensi interaktivitas, yaitu *direct of communication*, *time flexibility*, *senses of place*, *level of control*, *responsiveness*, *perceived purpose of communicatin*, terjadi pada interaksi saat membahas mengenai isu gender di #komikceritaindah.

Kata Kunci: Interaktivitas, Media Sosial, Kampanye Digital, Kesetaraan Gender di Tempat Kerja

ABSTRACT

Gender inequality is still common in Indonesia. The Women Lead digital campaign organized by Magdalene with Investing in Women to raise public awareness about gender equality in the workplace. #komikceritaindah is content that covers cases of gender equality in the workplace with comic illustrations. The audience has an opinion on the issue of gender equality that often occurs in #komikceritaindah. The majority of the audience shared their personal experiences related to the issue of gender equality. Therefore, researchers are interested in analyzing more deeply the interactivity of the issue of gender equality discussed by followers of @magdaleneid in the #komikceritaindah content. This study focuses on interactivity that discusses the issue of inequality in #komikceritaindah content for the period August to December 2022. Researchers use a qualitative approach with virtual ethnographic study methods in order to be able to analyze in depth audience activities that occur online and their relationship with offline conditions. This study collects data by using social media observation methods and interviews with informants. This research refers to the interactivity theory of Mc Millan and Dowes in 2000 about the dimensions of interactivity in cyber media. As a result, the six dimensions of interactivity, namely direct of communication, time flexibility, senses of place, level of control, responsiveness, perceived purpose of communication, occur in interactions when discussing gender issues in #komikceritaindah.

Keywords: Interactivity, Social Media, Digital Campaign, Gender Equality