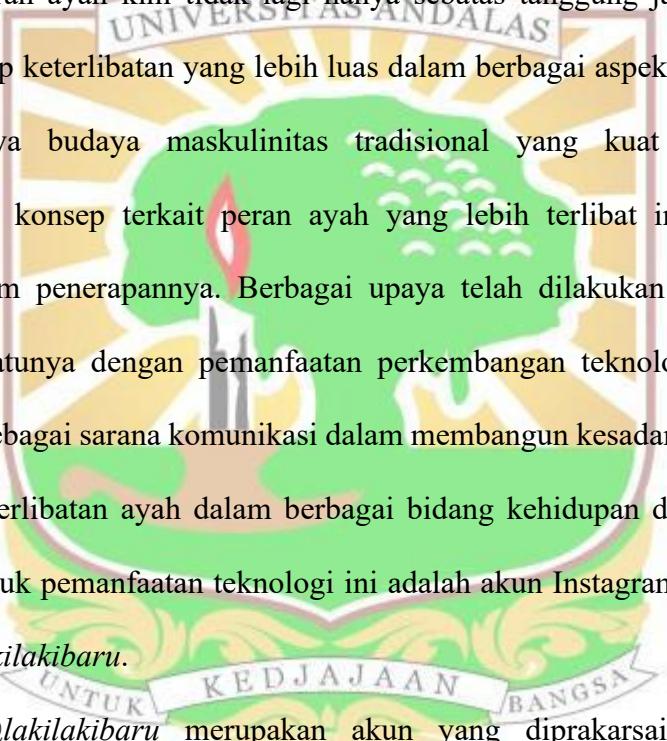


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isu *fatherhood* menjadi salah satu bagian penting dalam upaya mendorong peran seorang ayah dalam ranah keluarga di Indonesia, khususnya melalui peningkatan keterlibatan dalam pengasuhan dan juga kehidupan domestik. Pemaknaan peran ayah kini tidak lagi hanya sebatas tanggung jawab ekonomi, tetapi mencakup keterlibatan yang lebih luas dalam berbagai aspek rumah tangga. Namun, adanya budaya maskulinitas tradisional yang kuat di Indonesia mengakibatkan konsep terkait peran ayah yang lebih terlibat ini menghadapi tantangan dalam penerapannya. Berbagai upaya telah dilakukan oleh berbagai pihak, salah satunya dengan pemanfaatan perkembangan teknologi, khususnya media sosial, sebagai sarana komunikasi dalam membangun kesadaran publik akan pentingnya keterlibatan ayah dalam berbagai bidang kehidupan dalam keluarga. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi ini adalah akun Instagram dengan nama pengguna *@lakilakibaru*.



Akun *@lakilakibaru* merupakan akun yang diprakarsai oleh sebuah kelompok laki-laki pro feminis di Indonesia, yaitu Aliansi Laki-Laki Baru (Larasati, 2019). Aliansi ini terbentuk pada tahun 2009 sebagai salah satu bentuk upaya keterlibatan laki-laki dalam gerakan kesetaraan gender dan penghapusan kekerasan terhadap perempuan. Aliansi ini menjadikan dirinya sebagai wadah bagi para laki-laki yang ingin memajukan perempuan dan mendorong kesetaraan gender. Demi mencapai tujuan tersebut, aliansi ini melakukan berbagai kegiatan mulai dari advokasi, kampanye, pelatihan, serta berbagai aktivitas lainnya.

Aliansi Laki-Laki Baru (ALB) ini memanfaatkan platform media sosial seperti blog, Instagram, Facebook, hingga X untuk melangsungkan kegiatannya. Salah satu platform yang kerap digunakan oleh aliansi ini adalah Instagram. Akun Instagram *@lakilakibaru* ini terbentuk dan mulai aktif sejak bulan Maret tahun 2015 silam. Hingga saat ini, akun tersebut sudah memiliki pengikut lebih dari 11.900 pengguna, dengan jumlah postingan sebanyak lebih dari 600 postingan. Postingan tersebut dapat berupa postingan informasi, postingan kolaborasi, postingan *event*, hingga opini edukasi. Topik yang disajikan pun beragam dengan memuat isu seputar gender yang tengah berkembang.

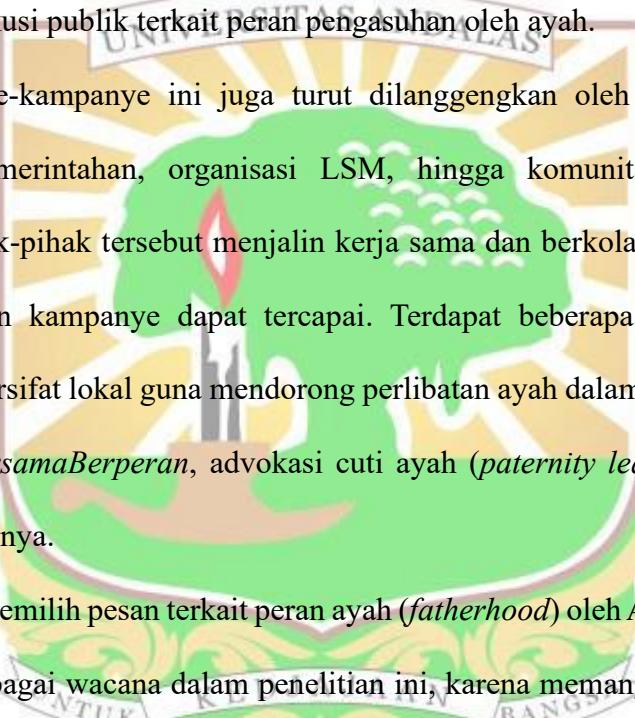
Menurut *Asian Pacific Institute on Gender-Based Violence* (API-GBV), konstruksi patriarki merupakan akar penyebab banyaknya tindakan kekerasan dan diskriminasi gender. Di Indonesia sendiri, konstruksi patriarki ini telah lama mengakar dan akhirnya menciptakan pemaknaan peran laki-laki dan perempuan secara kaku. Dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, bagaimana laki-laki selalu dianggap lebih pantas untuk menjadi seorang pemimpin di masyarakat dibandingkan dengan perempuan. Lebih dekat lagi, misalnya di dalam konteks keluarga, ayah diharuskan bekerja untuk memenuhi seluruh kebutuhan finansial rumah tangga, sedangkan ibu selalu dibebankan pada seluruh pekerjaan domestik rumah tangga dan juga pengasuhan anak. Praktik-praktik gender seperti ini mampu membatasi ruang ekspresi laki-laki dan perempuan hingga akhirnya bisa menimbulkan yang namanya ketidaksetaraan karena adanya perbedaan peran, tanggung jawab, hingga status yang harus diemban oleh individu tersebut.

Gagasan mengenai keterlibatan laki-laki atau ayah dalam pengasuhan anak dalam keluarga kerap dipersepsikan bertentangan dengan peran gender tradisional. Bahkan sebagian masyarakat memaknai wacana tersebut sebagai ancaman terhadap posisi laki-laki. Padahal, sebenarnya konsep *fatherhood* sendiri tidak bermaksud menggantikan atau merendahkan peran ayah, melainkan menegaskan kembali tanggung jawab ayah sebagai bagian utuh dari kehidupan keluarga, sejajar dengan peran ibu. Kesalahpahaman seperti inilah yang akhirnya dapat menyebabkan adanya kecenderungan resistensi laki-laki dalam wacana perubahan ke arah yang lebih positif (Larasati, 2019).

Secara global, berbagai inisiatif telah dilakukan untuk mendorong ayah agar dapat lebih terlibat dalam keluarga, misalnya seperti kampanye yang dikoordinasikan oleh organisasi non-pemerintahan Promundo dan Sonke Gender Justice pada tahun 2011, yaitu *#MenCare*. Kampanye ‘*MenCare : A Global Fatherhood Campign*’ ini mencoba mempromosikan keterlibatan laki-laki sebagai ayah dan pengasuh yang adil tanpa kekerasan, demi mewujudkan kesejahteraan keluarga, kesetaraan gender, dan kesehatan yang lebih baik bagi seluruh anggota keluarga (Better Care Network, n.d.). Selain kampanye *MenCare* ini, juga terdapat kampanye bersifat global lainnya yang mendorong keterlibatan ayah dalam keluarga, seperti *#EarlyMomentsMatter* dan *#SuperDads* oleh UNICEF yang memperjuangkan hak cuti ayah karena ayah penting terlibat pada 1.000 hari pertama kehidupan anak (UN News, 2017).

Aliansi Laki-Laki Baru (ALB) sebagai salah satu organisasi yang secara konsisten mengangkat isu transformasi peran laki-laki, juga turut menginisiasi berbagai kampanye secara digital maupun non-digital terkait peran ayah secara

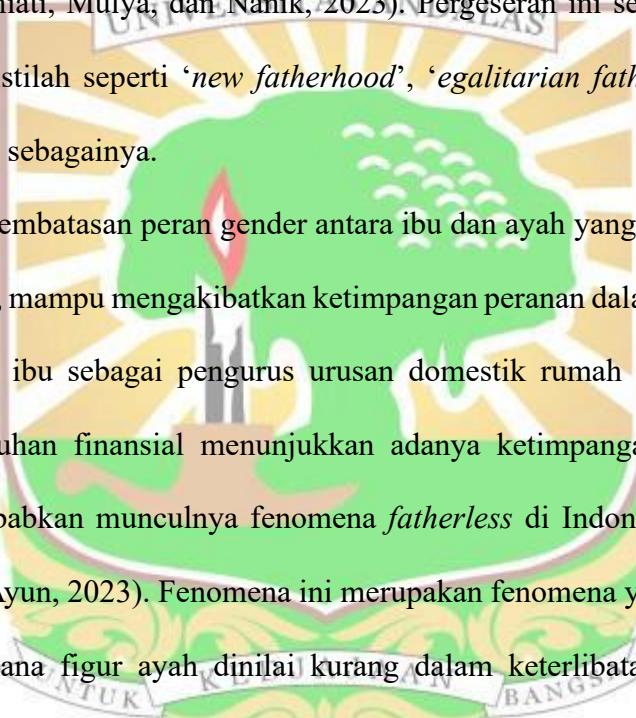
lokal. Misalnya seperti kampanye digital #KitaMulaiSekarang yang berhasil mendapatkan *engagement* sebanyak 1,4 juta pengguna media sosial dalam kurun waktu 6 bulan, dengan 200.000 *likes*, *comment*, dan *share* (Women, dalam Abrianthy, 2023). Kampanye ini dinilai sukses dalam memberikan pengaruh kepada masyarakat terutama laki-laki terkait peran gender dalam ranah domestik rumah tangga. Tak hanya itu, ALB melalui akun Instagramnya juga mengadaptasi kampanye #MenCare ke dalam konteks lokal menjadi #MenCareIndonesia dengan mendorong diskusi publik terkait peran pengasuhan oleh ayah.



Kampanye-kampanye ini juga turut dilanggengkan oleh berbagai pihak, mulai dari pemerintahan, organisasi LSM, hingga komunitas-komunitas di Indonesia. Pihak-pihak tersebut menjalin kerja sama dan berkolaborasi satu sama lain agar tujuan kampanye dapat tercapai. Terdapat beberapa bentuk inisiatif lainnya yang bersifat lokal guna mendorong perlibatan ayah dalam keluarga seperti kampanye #BersamaBerperan, advokasi cuti ayah (*paternity leave*), kelas ayah, dan lain sebagainya.

Peneliti memilih pesan terkait peran ayah (*fatherhood*) oleh Aliansi Laki-Laki Baru (ALB) sebagai wacana dalam penelitian ini, karena memang bahasan terkait isu *fatherhood* ini menjadi salah satu postingan yang cukup banyak menarik interaksi di tiap postingannya. Tak hanya itu, fokus yang unik dalam mencapai tujuannya, juga menjadikan pesan pada akun @lakilakibaru ini menarik untuk dilelititi, yaitu berfokus pada transformasi laki-laki dengan menempatkan laki-laki bukan hanya sekedar sebagai penerima pesan namun juga menjadi solusi dalam permasalahan terkait relasi peran gender di Indonesia.

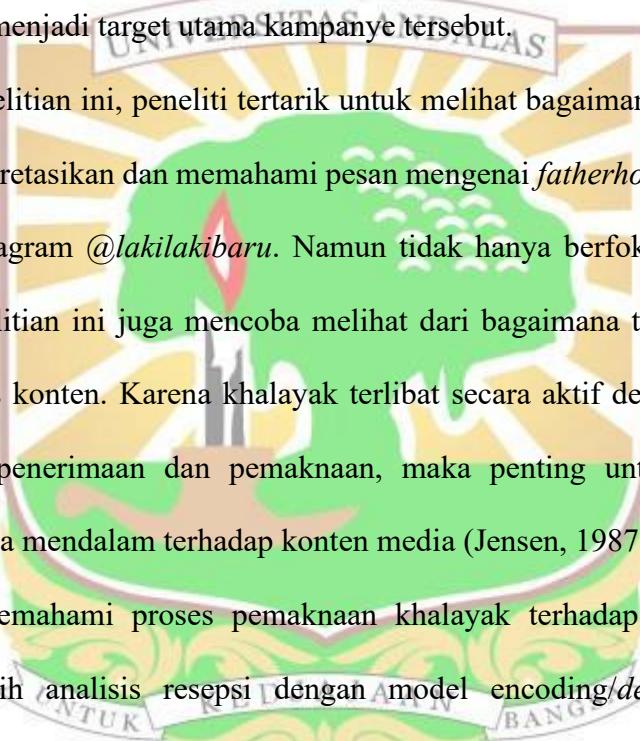
Fatherhood sendiri berbicara mengenai konstruksi budaya seorang laki-laki sebagai seorang ayah meliputi hak, tugas, tanggung jawab, serta kriteria diskursif mengenai ayah yang baik dan buruk (Gregory dan Milner dalam Sahie, 2020). Sebelumnya peran laki-laki dikonstruksi secara tradisional sebagai seorang pencari nafkah semata dan pemenuhan kebutuhan rumah tangga, kemudian pada tahun 2000-an laki-laki keterlibatan laki-laki dalam keluarga mulai meningkat, dalam beberapa literatur pergeseran ini diyakini merupakan pengaruh dari gerakan feminism (Yuniati, Mulya, dan Nanik, 2023). Pergeseran ini sering kali dilabeli dengan istilah-istilah seperti ‘*new fatherhood*’, ‘*egalitarian father*’, ‘*responsible fatherhood*’ dan sebagainya.



Adanya pembatasan peran gender antara ibu dan ayah yang diakibatkan oleh sistem patriarki, mampu mengakibatkan ketimpangan peranan dalam rumah tangga. Peran dominan ibu sebagai pengurus urusan domestik rumah tangga dan ayah sebagai pemenuhan finansial menunjukkan adanya ketimpangan peranan yang mampu menyebabkan munculnya fenomena *fatherless* di Indonesia (Damayanti, Rahmiaji, dan Ayun, 2023). Fenomena ini merupakan fenomena yang tampak pada sehari-hari dimana figur ayah dinilai kurang dalam keterlibatan bersama anak karena sibuk bekerja dan melimpahkan tugas pengasuhan kepada ibu semata. Hal ini dapat tergambar dari pernyataan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) yang mengatakan bahwa keterlibatan ayah dalam pengasuhan anak di Indonesia masih sangat rendah, dimana kualitas dan kuantitas waktu ayah dengan anak rata-rata hanya sejam perharinya (Asy'ari & Ariyanto, 2019).

Pernyataan dan fakta di atas mungkin menjadi salah satu pertimbangan kenapa ALB secara aktif menyuarakan tentang permasalahan *fatherhood* ini.

Keterlibatan laki-laki dalam konsep *fatherhood* yang lebih modern memiliki dampak positif bagi keluarga, dan juga berpotensi untuk menggeser masyarakat lebih luas menuju norma maskulinitas yang lebih sehat dan kesetaraan gender (Hensen, Pascoe, dan Wells, 2022; Bowles, Kotelchuck, dan Grau, 2022) yang mana hal ini sesuai dengan prinsip yang dipegang oleh ALB. Melalui postingan-postingan yang diunggah pada media sosial Instagram *@lakilakibaru* diharapkan adanya perubahan pengetahuan dan sikap dari para pembaca, terutama laki-laki yang memang menjadi target utama kampanye tersebut.



Pada penelitian ini, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana khalayak laki-laki menginterpretasikan dan memahami pesan mengenai *fatherhood* yang terdapat pada akun Instagram *@lakilakibaru*. Namun tidak hanya berfokus pada analisis khalayak, penelitian ini juga mencoba melihat dari bagaimana teks disampaikan melalui analisis konten. Karena khalayak terlibat secara aktif dengan teks media dalam proses penerimaan dan pemaknaan, maka penting untuk memberikan perhatian analisa mendalam terhadap konten media (Jensen, 1987).

Untuk memahami proses pemaknaan khalayak terhadap pesan tersebut, peneliti memilih analisis resepsi dengan model *encoding/decoding*, dengan menggunakan desain penelitian berupa *audience-cum-content analysis* oleh Jensen. Dimana desain penelitian ini menggabungkan analisis konten media dan mempelajari bagaimana khalayak menginterpretasikan dan memaknai konten media yang dipilih berdasarkan konteks sosial dan pengalaman pribadi (Hirzalla & Zoonen, 2017). Dengan demikian, penelitian ini nantinya mampu mengamati sejauh mana khalayak mengidentifikasi dan berhubungan dengan pesan *fatherhood* pada akun Instagram *@lakilakibaru* tersebut.

Pada analisis konten, peneliti akan memperoleh data dari dokumentasi arsip digital pada akun *@lakilakibaru*. Hasil data dari dokumentasi tersebut nantinya akan dianalisis guna menemukan pola, tema, makna ataupun konsepsi terkait peran ayah yang disampaikan melalui pesan *fatherhood* pada akun *@lakilakibaru*. Selanjutnya peneliti akan melakukan analisis interpretasi dan pemaknaan khalayak terhadap pesan pada konten media tersebut. Data terkait pemaknaan oleh khalayak ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan terpilih.

Penelitian seperti ini sebenarnya sudah dilakukan pada studi-studi sebelumnya, misalnya pada studi yang dilakukan oleh Zahrotul Wardiyah (2023), dimana ia ingin melihat bagaimana pemaknaan khalayak terhadap konten pembagian peran dalam rumah tangga pada akun *@lakilakibaru* menggunakan analisis resepsi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari 6 *followers* akun tersebut (laki-laki dan perempuan) terdapat 4 orang yang berada di posisi dominan, 1 orang pada posisi negosiasi, dan 1 orang oposisi. Penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa khalayak dalam meresepsi sesuatu dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor pendidikan, lingkungan sosial, serta pemahaman religius yang dimiliki. Peneliti ini juga menyarankan untuk penelitian lanjutan dengan topik yang serupa untuk menggunakan fokus penelitian yang berbeda serta dengan menggunakan analisis yang berbeda seperti analisis persepsi, konten, atau lainnya.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang serupa namun dengan menggabungkan analisis konten dan analisis resepsi. Peneliti mengangkat penelitian tersebut dengan judul “**Analisis Resepsi Khalayak Laki-Laki dalam Memaknai Pesan Mengenai *Fatherhood* pada Akun Instagram *@lakilakibaru***”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Tema-tema terkait *fatherhood* apa saja yang ditampilkan dalam postingan akun *@lakilakibaru*?
2. Bagaimana intrepretasi serta pemaknaan khalayak laki-laki terhadap pesan mengenai *fatherhood* pada akun Instagram *@lakilakibaru*.

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk memperoleh tujuan sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis tema yang terkandung dalam postingan mengenai *fatherhood* pada akun *@lakilakibaru*
2. Menganalisis pemaknaan khalayak laki-laki terhadap pesan *fatherhood* pada akun Instagram *@lakilakibaru*
3. Menganalisis posisi khalayak laki-laki terhadap pesan dengan isu *fatherhood* pada akun Instagram *@lakilakibaru*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis :

Penelitian ini nantinya diharapkan mampu menambah literatur yang ada mengenai bagaimana khalayak media sosial memaknai pesan-pesan terkait kesetaraan gender, serta dapat mendukung pembangunan teori dalam studi gender dan media sosial.

2. Manfaat praktis :

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan mengenai bagaimana pesan terkait kesetaraan gender dirancang dan disampaikan agar lebih efektif menjangkau hingga mempengaruhi audiens terkhususnya laki-laki. Selanjutnya, studi ini juga berpotensi untuk membuka dialog yang lebih luas antara gender di ruang publik dan *online*.

