

Advokasi Media Sosial Yayasan Jurnal Perempuan: Upaya Penyebaran Wacana Feminis di Era Digital

Social Media Advocacy of Yayasan Jurnal Perempuan: The Dissemination of Feminist Discourse in the Digital Era

Nada Salsabila¹ dan Giovanni Alvita Diera²

Departemen Filsafat, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia¹ dan Departemen Sejarah,
Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia²
Jalan Prof. Dr. Selo Soemardjan, Kampus UI Depok, Jawa Barat 16424

nada.salsabila@jurnalperempuan.com¹; alvitadiera@gmail.com²

Kronologi Naskah: diterima 14 Juli 2022, direvisi 8 Agustus 2022, diputuskan diterima 11 Agustus 2022

Abstract

This paper describes the social media works of the Yayasan Jurnal Perempuan (YJP) as a form of feminist advocacy in the digital space. The digital feminist advocacy aims to balance the digital space filled with anti-feminist, misogynist, and sexist discourses. Since 2013, YJP has taken steps to digitize its products. The digitization extends to YJP's social media platforms, such as YouTube, Instagram, Facebook, and Twitter. This strategy is expected to expand the reach of the spread of feminist discourse carried out by YJP and to seize digital spaces from patriarchy values. This paper uses qualitative research methods by conducting literature studies and interviews with several YJP audiences on social media. This research aims to analyse YJP's adjustment to the digital space, internal and external obstacles, the most widespread form of dissemination, to the analysis of the impact of YJP's social media advocacy on the spread of feminist discourse in the digital space.

Keywords: social media, digital space, networked feminism, feminist discourse, digital advocacy, Yayasan Jurnal Perempuan

Abstrak

Tulisan ini memaparkan kerja-kerja media sosial Yayasan Jurnal Perempuan (YJP) sebagai bentuk advokasi isu-isu feminis di ruang digital. Advokasi digital bertujuan sebagai penyeimbang narasi atau wacana di ruang digital yang kini disesaki oleh para anti-feminis, misoginis, dan seksis. Sejak 2013, YJP telah melakukan langkah untuk digitalisasi produk-produknya. Digitalisasi tersebut meluas pada platform media sosial YJP, seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan Twitter. Strategi tersebut diharapkan dapat memperluas jangkauan penyebaran wacana feminis yang dilakukan YJP juga merebut ruang-ruang digital dari nilai-nilai patriarki. Tulisan ini menggunakan metode riset kualitatif dengan melakukan studi literatur dan wawancara terhadap audiens YJP di media sosial. Tujuan riset ini adalah menganalisis bagaimana upaya YJP beradaptasi di ruang digital, apa saja hambatan internal dan eksternal yang dihadapi YJP, apa saja bentuk-bentuk penyebaran yang jangkauannya paling luas, hingga analisis terhadap dampak advokasi media sosial YJP terhadap penyebaran wacana feminis di ruang digital.

Kata kunci: media sosial, ruang digital, feminisme jaringan, wacana feminis, advokasi digital, Yayasan Jurnal Perempuan

Pendahuluan

Yayasan Jurnal Perempuan (YJP) adalah organisasi nirlaba yang berdiri pada tahun 1995 dengan visi untuk pemberdayaan dan penegakan hak-hak perempuan, memfokuskan diri pada kegiatan pendidikan, penelitian, penerbitan, dan advokasi kesetaraan dan keadilan gender yang berbasis riset. YJP telah menjadi bagian dari gerakan perempuan di Indonesia (Arivia & Subono 2017). Sebagai lembaga riset, YJP konsisten memproduksi dan mendokumentasikan pengetahuan perempuan dan kelompok liyan melalui terbitan jurnal ilmiah dengan tajuk *Jurnal Perempuan* (JP) yang pertama terbit tahun 1996. Sejak tahun 2013, YJP membuat *Indonesian*

Feminist Journal (IFJ)¹, yaitu sistem jurnal terbuka daring yang menampung terbitan digital JP (Ruzuar 2016). IFJ menampung JP digital versi bahasa Inggris dan Indonesia untuk mengangkat penulis dan peneliti perempuan ke jenjang internasional (Ruzuar 2016). Setelah itu, secara bertahap YJP mulai melakukan digitalisasi dan penyebaran isu melalui media digital, seperti surat elektronik, website, hingga media sosial.

Media sosial adalah ruang yang memungkinkan manusia mengakses berbagai informasi dan pengetahuan juga membentuk jaringan. Manuel Castells (2010) menyatakan revolusi teknologi yang berlangsung pada kisaran tahun 1970-an menghasilkan

perubahan besar dalam ranah teknologi, mencakup bagaimana masyarakat global membentuk jaringan sosial, persebaran informasi dan pengetahuan, hingga bagaimana informasi dan pengetahuan dikuasai. Revolusi Teknologi kemudian menghasilkan masyarakat jaringan (*network society*). Di era masyarakat jaringan—terutama setelah keterbukaan akses internet—ruang digital menjadi ruang yang menampung berbagai opini, sudut pandang, ideologi, dan hal lainnya (Nikolay et al. 2018).

Perkembangan gagasan feminisme juga tak luput dari revolusi teknologi. Kajian feminisme dan teknologi mulai muncul pada tahun 1970-an, diinisiasi oleh Evelyn Fox Keller, Donna Haraway, dan Sandra Harding (Pratiwi 2021). Feminisme dan teknologi merespons tuntutan perubahan paradigma gerakan dengan wacana perebutan pengetahuan dan teknologi yang semula dipenuhi gagasan maskulin seperti yang ditekankan oleh Harding (1996) dengan epistemologi feminis. Epistemologi feminis menyorot adanya bias gender dalam ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga dibutuhkan titik pijak baru yang dapat mengedepankan sudut pandang perempuan (Harding 2004). Hal ini dapat dilihat sebagai perlunya pelibatan perempuan dalam berbagai diskursus pengetahuan. Sudut pandang perempuan harus disoroti untuk mengakomodasikan posisi perempuan dalam pembangunan pengetahuan. Begitupun pada ranah digital, agensi perempuan kerap dikucilkan dalam pembangunan wacana digital (Vitello 2017). Aktivisme feminis di media sosial dimungkinkan merebut ruang-ruang digital yang dipenuhi oleh wacana seksis, misoginis, dan patriarki dengan sudut pandang baru yang inklusif dan berperspektif gender.

Aktivisme feminis di media sosial setidaknya dimulai pasca Reformasi, tepatnya mulai tahun 1990-an, ketika internet mulai dapat diakses oleh publik secara terbatas (Parahita 2019). Media sosial adalah salah satu produk teknologi yang memungkinkan adanya perebutan wacana dan pengetahuan. Dalam gerakan sosial, media sosial berperan selayaknya media cetak: untuk menjaring kekuatan publik. Lebih jauh, gerakan feminis dapat menjadikan media sosial sebagai ruang kampanye (Kasana 2014). Media sosial juga dapat menjadi panggung, jalanan sebagai tempat khalayak memprotes dan melawan ketidakadilan, kesewenangan, dan otoritarianisme (Candraningrum 2014). Dengan demikian, media sosial dapat menjadi salah satu ruang bagi gerakan feminis untuk melakukan aktivismenya.

Perkembangan ruang digital di Indonesia sejalan dengan perkembangan pengguna internet. Indonesia sendiri menduduki peringkat keenam sebagai negara dengan pengguna media sosial tertinggi. Terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022. Tren jumlah pengguna internet ini terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Apabila dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25% (We Are Social Indonesia 2022). Seiring dengan meningkatnya pengguna internet, ideologi patriarki yang termanifestasi dalam bentuk Kekerasan Berbasis Gender Online (KBGO) dan ujaran anti-feminis di media sosial juga meningkat. Dokumen Rilis Pers SAFEnet 2021 menyebutkan bahwa pada masa pandemi Covid-19, angka KBGO mengalami peningkatan hingga tiga kali lipat (LM Psikologi UGM, 2021). Data CATAHU Komnas Perempuan menyebutkan pada 2020, angka KBGO meningkat menjadi 940 kasus, padahal pada tahun 2019 hanya terdapat 241 kasus. Lebih lanjut, pada 2021, jumlah kasus KBGO di ranah personal tercatat menjadi 855 kasus. Pelaku terbanyak KBGO untuk ranah publik adalah teman media sosial sejumlah 389 kasus dan orang tidak dikenal 324 kasus, sisanya dilakukan mantan pacar sebanyak 617 kasus dan pacar 218 kasus (Komnas Perempuan 2022). Hal ini menunjukkan bahwa ruang digital telah dipenuhi beragam wacana, termasuk narasi-narasi anti-feminis, misoginis, dan objektifikasi tubuh perempuan.

Wacana-wacana lain yang mendiskreditkan gerakan perempuan di ruang digital pun cukup kompleks. Mulai dari narasi kontra pengesahan Rancangan Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (RUU TPKS), dan berbagai kesengajaan dalam membangun wacana yang tidak berpihak pada perempuan dan kelompok marginal pun menjejali media sosial (Parahita 2019; We Are Social 2022). Sebenarnya, saat ini mulai bermunculan masyarakat yang menyerukan kesetaraan gender dan keadilan sosial di media sosial. Misalnya, muncul berbagai akun media sosial dengan membawa wacana feminis. Sayangnya, orang-orang yang menyuarakan isu keadilan ini sering kali mendapat stigma baru, yaitu *Social Justice Warrior* (SJW). Salah satu aktivis kesetaraan gender, Hannah Al Rasyid, mengatakan bahwa istilah SJW Feminis ini berkembang menjadi sebuah stigma negatif yang berpotensi menghambat perempuan yang ingin berbicara di muka publik (termasuk di media sosial). SJW kini digunakan sebagai sebuah istilah untuk meledek seseorang yang dianggap memiliki perspektif yang lebih progresif dibanding lingkungannya. Budaya

masyarakat yang seperti ini—memberi stigma negatif pada orang yang berpikir progresif—tentunya menjadi salah satu kendala dari susahya wacana feminis dan kesetaraan gender tersebar luas di jagat maya (Magdalene 2020).

Dari berbagai pertarungan wacana di media sosial tersebut, YJP juga mulai melibatkan diri dalam kerja-kerja aktivisme di ruang digital. Sejak 2013, YJP membangun berbagai kanal media sosial untuk menyebarkan pengetahuan dan gagasan melalui berbagai produknya—terutama adalah jurnal ilmiah yang membahas isu gender dan feminis YJP memiliki akun media sosial Facebook, Instagram, Twitter, YouTube. Dengan demikian, penulis merasa penting untuk melihat bagaimana YJP melakukan aktivisme di media sosial, apa saja dampak dan tantangannya dalam menghadirkan wacana feminis di ruang digital di Indonesia? Aktivisme YJP di media sosial penting untuk dipotret dan direfleksikan sebagai upaya penguatan kelembagaan dan gerakan. Posisi peneliti yang juga pengelola media sosial YJP selama satu tahun, dan juga sebagai pembaca sekian tahun, menjadi kekuatan sekaligus keterbatasan kajian ini.

Tulisan ini bukan hanya bersifat reflektif, namun juga mendalami bagaimana perebutan ruang-ruang digital yang telah dilakukan YJP. Pendekatan deskriptif kualitatif menjadi metode pokok dalam tulisan ini. Data dikumpulkan melalui kajian literatur dan wawancara dengan audiens media sosial YJP. Audiens yang dimaksud adalah mereka yang mengikuti dan menyimak konten YJP di akun media sosialnya, yakni Youtube, Instagram, Facebook, Twitter. Kemudian, studi literatur dilakukan pada wacana *networked feminism* dan aktivisme digital feminis.

Aktivisme Perempuan dan Gerakan Feminis: Dari Luring ke Daring

Perubahan paradigma dunia sangat terikat dengan perubahan paradigma kerja. Manuel Castell (2010) menegaskan adanya peningkatan terhadap ketergantungan akses untuk memanipulasi informasi di dalam jaringan. Kerja yang awalnya bersifat langsung harus beradaptasi menghadapi penyebaran informasi dan pengetahuan dilakukan secara digital. Paradigma baru ini mengubah berbagai aspek vital dalam penyebaran informasi dan pengetahuan, termasuk pada gerakan aktivisme. Aktivisme feminis sendiri memiliki corak yang khas yakni dilakukan secara langsung melalui gerakan pemberdayaan perempuan dalam hal pendidikan dan ekonomi (Arivia & Subono

2017; Parahita 2019). Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi pada akhir era kekuasaan Orde Baru, aktivisme feminis mulai merambah internet sebagai media membangun jaringan gerakan (Parahita, 2019).

Gerakan jaringan perempuan di Indonesia pada era Orde Baru ditandai dengan munculnya berbagai Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang bergerak di bidang perempuan. LSM seperti Yayasan Anisa Swasti (Yasanti) (1883), Kalyanamitra (1985), Lembaga Bantuan Hukum Asosiasi Perempuan untuk Keadilan (LBH APIK) (1995), Yayasan Jurnal Perempuan (1995), Institut Kapal Perempuan (2000), dan Women's Research Institute (2002) (Arivia & Subono 2017). Aktivitas feminisme di masa tersebut masih mengandalkan kegiatan tatap muka (luring), di antaranya kegiatan-kegiatan pendidikan bagi perempuan, penyebaran tulisan feminis, pemantapan ekonomi perempuan, dan demonstrasi di jalan (Arivia & Subono 2017). Di tahun tersebut, aktivisme yang dilakukan YJP pun masih mengandalkan kegiatan luring. Penerbitan JP masih sepenuhnya bersifat cetak, menggelar diskusi luring di berbagai universitas hingga menyelenggarakan demonstrasi 'Suara Ibu Peduli' (Arivia 2016; Arivia & Subono 2017). Perubahan paradigma dunia karena revolusi teknologi turut memengaruhi warna gerakan feminis di Indonesia, yang semula berpusat pada ruang-ruang luring mulai memasuki ruang-ruang daring. Salah satunya ditandai dengan munculnya berbagai komunitas feminis baru yang berbasis di media sosial (Parahita 2019). Perambahan pada ruang digital juga dilakukan oleh YJP dimulai dengan digitalisasi JP (Arivia 2016).

Gerakan feminis kontemporer di Indonesia berkembang dalam kerangka *networked feminism*: gerakan feminisme dalam jaringan; memanfaatkan internet untuk menyambungkan komunitas-komunitas perempuan dan komunitas gender marginal (Vitello 2017). *Networked feminism* muncul sebagai bentuk perlawanan sekaligus penyebaran isu feminisme di ruang digital. Terminologi *networked feminism* juga menyiratkan mobilisasi daring dan koordinasi aktivis feminis dalam merespons seksisme, misoginis, rasisme, dan berbagai perlakuan diskriminatif lainnya terhadap kelompok minoritas di ruang digital (Vitello 2017). Kerja-kerja *networked feminism* hadir dalam berbagai akun feminis untuk awam yang bersifat informatif dan ringan. Di Instagram, contohnya, muncul akun-akun seperti @jakartafeminist, @lawanpatriarki, @indonesiafeminis, @lingkarstudifeminis_. Akun-akun seperti itu umumnya memiliki banyak cabang di kanal media sosial

lainnya, seperti Twitter, Facebook, YouTube hingga TikTok, dengan ribuan pengikut yang aktif menyukai, berkomentar, maupun membagikan post mereka.

Munculnya gerakan digital di media sosial menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi alat aktivisme paling penting di abad ke-21 (Candraningrum 2014). Kerangka *networked feminism* memungkinkan media sosial menjadi arena kampanye dan advokasi feminis. Media sosial memungkinkan feminis untuk menuangkan gagasan secara tertulis, berefleksi, dan

juga bertukar informasi dengan para aktivis feminis dari berbagai belahan dunia. Dalam kerangka *networked feminism*, feminis memproduksi berbagai konten sebagai materi kampanye atau edukasi publik. Konten-konten tersebut dapat bermuatan retoris, humor, dan sarkasme yang dapat menyorot ketidakadilan dengan lebih tajam (Vitello 2017).

Menghadapi tantangan baru tersebut, YJP melakukan aktivisme digital feminis dan memiliki beberapa produk digital. Secara garis besar, kerja-kerja media sosial Jurnal Perempuan tercantum dalam tabel berikut.

Tabel 1. Ringkasan Informasi Mengenai Konten Media Sosial Jurnal Perempuan

Platform Media Sosial	Bentuk Konten	Penjelasan
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Perkuliahan feminis ◆ Wawancara tokoh feminis ◆ Siaran/siaran ulang webinar 	Menghadirkan konten informasi dalam bentuk video. Video yang diunggah mengandung informasi dan pembelajaran terkait feminis.
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ringkasan Jurnal Perempuan ◆ <i>Re-post</i> berita feminis ◆ Pengumuman kegiatan feminis ◆ Pengumuman kebijakan terkait perempuan dan kelompok minoritas ◆ Pengumuman hari besar nasional dan internasional 	Menghadirkan konten informasi dalam bentuk visual disertai oleh keterangan sebagai penjelas. Informasi yang diunggah di Instagram lebih menekankan audiovisual dibanding tulisan.
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ringkasan <i>Jurnal Perempuan</i> ◆ <i>Re-post</i> berita feminis ◆ Pengumuman kegiatan feminis ◆ Pengumuman hari besar nasional dan internasional ◆ Pengumuman kebijakan terkait perempuan dan kelompok minoritas 	Menghadirkan konten informasi dalam bentuk visual disertai oleh keterangan sebagai penjelas. Informasi yang diunggah di Facebook bersifat seimbang antara penggunaan media audiovisual dan tulisan. Facebook memungkinkan pengguna meletakkan informasi berupa teks yang panjang.
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Kuliah Twitter (Kultwit) yaitu sebuah utas (<i>thread</i>) yang sumbernya berasal dari kegiatan YJP ◆ <i>Re-post</i> berita feminis ◆ Pengumuman kegiatan feminis ◆ Pengumuman hari besar nasional dan internasional ◆ Pengumuman kebijakan terkait perempuan dan kelompok minoritas 	Menghadirkan konten informasi dalam bentuk visual disertai oleh <i>caption</i> sebagai penjelas. Beberapa informasi yang diunggah di Twitter lebih menekankan bentuk tulisan dibanding audio maupun visual, seperti kultwit. Informasi yang dihadirkan di Twitter terbatas sampai 240 karakter per posting, sehingga menjadi sangat reduktif dan ringkas.

Sumber: Media sosial Jurnal Perempuan yang diolah oleh penulis

Pada YJP, konten media sosial yang dibuat secara umum digunakan untuk menyebarluaskan informasi feminis, menggaungkan informasi dari jaringan feminis lainnya, dan menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas YJP. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuk-bentuk kampanye digital YJP berdasarkan tabel di atas. Penyebarluasan informasi feminis dilakukan YJP dengan konten-konten yang menyasar pembaca awam. Informasi yang diberikan di media sosial YJP umumnya merupakan

turunan dari artikel ilmiah dari jurnal, seperti konten ringkasan artikel jurnal. Konten tersebut meringkas isi artikel ilmiah, menyederhanakan istilah-istilah akademik, sehingga memudahkan audiens media sosial untuk memahami substansi artikel ilmiah tersebut. Bentuk penyebarluasan informasi lainnya seperti pengumuman kebijakan terkait dengan isu perempuan dan kelompok minoritas, perayaan hari-hari penting dalam gerakan feminis, dan konten informatif hasil kolaborasi dengan

lembaga non-profit lainnya. Atas hal tersebut, audiens media sosial YJP dapat menjangkau segmentasi yang lebih luas, tidak terpaku pada mereka yang sudah terbiasa membaca artikel-artikel ilmiah di YJP.

Selain memproduksi kontennya sendiri, YJP juga rutin menggaungkan ulang informasi atau kampanye feminis dari berbagai lembaga non-profit di bidang feminisme dan gender. Internet menjadi media pergerakan aktivisme feminis yang relatif lebih luas jangkauannya secara global. Atas hal itu, tidak diragukan, internet telah menjadi bagian penting dalam pergerakan feminisme di era ini. Gerakan feminis merambah ke internet dengan cepat meraih popularitas. Aktivisme feminis juga tumbuh menjadi siberfeminis, klik-aktivisme, hingga aktivisme tagar. Kerangka *networked feminism* sendiri memungkinkan berbagai komunitas feminis membangun jaringan digital yang bersifat global. *Networked feminism* menguatkan landasan aktivisme digital dengan menghubungkan berbagai komunitas dan memungkinkan aktivisme dilakukan secara serentak (Fotoupoulou 2016). Kendati secara substansi aktivisme digital masih memiliki banyak kekurangan dan ancaman², aktivisme digital telah berperan penting dalam mengarusutamakan pengetahuan dan pengalaman perempuan kepada khalayak. Aktivisme feminis Indonesia di media sosial dapat dilihat sebagai upaya membunikan kesadaran masyarakat atas perbedaan dan rekognisi gender. Usaha-usaha tersebut dapat secara perlahan merebut ruang-ruang digital dari wacana patriarki dan misoginis meskipun dengan tataran yang terbatas--kelompok muda perkotaan (Parahita 2019).

Networked feminism dapat mendukung penyebarluasan konten aktivisme digital dan dapat memberikan dukungan pada isu dan lembaga terkait. *Networked feminism* bertujuan untuk mendesentralisasi struktur, yang memungkinkan kelompok perempuan untuk terkoneksi dengan optimal, ada di mana-mana, dan inklusif. Kerangka ini menjadikan komunitas feminis sebagai bagian dari 'network' atau jaringan meluaskan skala gerakan tanpa pembatas (Fotoupoulou 2016). Dalam hal ini, penyebarluasan informasi dari lembaga lain yang dilakukan YJP juga merupakan bentuk *networked feminism*. Melalui media sosial, YJP--dan lembaga mitra lainnya--saling membentuk jaringan untuk menggemakan kampanye feminis. Selanjutnya, sebagai LSM, YJP memiliki program, seperti seminar, diskusi, dan peluncuran jurnal. Media sosial YJP juga digunakan untuk menyebarluaskan informasi tersebut, sebagai bagian dari pendidikan publik akan isu feminisme.

Internet--sebagai bagian dari teknologi--terlanjur diasosiasikan dengan laki-laki sehingga perempuan seakan tidak memiliki tempat di dalamnya. Bias tersebut juga muncul akibat teknologi, pada mulanya, dibentuk dan didominasi oleh laki-laki. Harding menyoroti bagaimana kerangka konseptual dan bias gender ini dilanggengkan dalam institusi pendidikan (Harding 2016). Pembentukan konsep pengetahuan yang bias dan diskriminatif akan menghasilkan tindakan-tindakan yang diskriminatif pula (Arivia 2013). Maka tidak mengherankan bila melihat bagaimana ramainya ruang-ruang digital akan wacana-wacana patriarki dan misoginis di internet. Atas hal tersebut, kampanye feminis hendaknya merebut wacana diskriminatif dan menggantinya dengan wacana-wacana feminis.

Melihat hal tersebut, menjadi penting untuk merebut ruang-ruang digital dengan wacana feminisme. Perebutan ruang digital dapat dilakukan dengan menyusun kembali wacana-wacana gender dengan sudut pandang feminis. Permasalahan terkait teknologi--termasuk pembentukan ruang digital--membutuhkan pembongkaran wacana dan kritik terhadap ilmu pengetahuan yang telah membentuk kerangka pikiran masyarakat (Arivia 2013). Adanya aktivisme digital feminis secara perlahan menghubungkan jaringan perempuan untuk membangun paradigma baru di ruang digital. Salah satu caranya adalah dengan penyebarluasan informasi feminis melalui konten-konten ringan di media sosial. Demikian, jaringan perempuan dapat membangun koneksi lintas generasi antara berbagai kelompok perempuan dalam menyebarkan edukasi feminis informal (Parahita 2019).

Aktivisme Digital Yayasan Jurnal Perempuan: Perspektif Pengelola

Globalisasi menuntut restrukturisasi paradigma informasi dunia. Hal ini juga dirasakan oleh YJP. Digitalisasi produk YJP pada tahun 2013 menjadi langkah awal YJP dalam mengembangkan aktivisme di ruang digital. Selain itu, digitalisasi produk JP juga mewujudkan edisi bahasa Inggris dari JP sebagai bentuk globalisasi (Ruzuar 2016). Berikut dengan angka pengikut di seluruh kanal YJP yang terus bertambah secara organik.

Aktivisme di ruang digital memiliki dampak, hambatan yang datang dari internal organisasi, maupun hambatan yang datang dari eksternal organisasi. Berdasarkan wawancara dengan Abby Gina Boang Manalu selaku Direktur Eksekutif Yayasan Jurnal Perempuan, advokasi digital YJP yang sudah berlangsung dari kisaran tahun 2013 telah berdampak efisiensi waktu

dan biaya advokasi. Advokasi digital memiliki kapasitas penyebaran pengetahuan feminis secara lebih masif dan tanpa sekat wilayah. Selain itu, aktivisme digital lewat media sosial YJP juga menjadi langkah destigmatisasi YJP sebagai LSM yang fokus memproduksi pengetahuan lewat terbitan jurnal yang cenderung eksklusif bagi kelompok akademik. Untuk itu, dibutuhkan strategi dan penguatan program agar aktivisme feminis yang dilakukan oleh YJP melalui media sosial dapat dilakukan dengan baik.

Pendalaman atau penguatan kapasitas staf media sosial tidak hanya dalam bentuk kuantitas seperti banyaknya staf yang mengelola media sosial. Tapi juga kapasitas dalam memahami substansi dari isu-isu feminis yang kita antarkan, juga bagaimana kemampuan membaca kebutuhan audiens, sehingga tim media sosial YJP dapat membangun strategi yang lebih baik. Ini berkaitan dengan sumber daya manusia dan pendanaan untuk memperkuat pengembangan program. Dalam melakukan aktivisme digital tim JP dipastikan untuk menjaga solidaritas feminisme. Untuk itu, penting untuk memastikan agar kerja-kerja kolaboratif dan dukungan antara organisasi dan individu untuk mempromosikan agenda feminisme bersama (Abby Gina Boang Manalu 2022, wawancara 25 Juli).

Strategi penguatan basis advokasi digital YJP dapat dilakukan dengan peningkatan kapasitas dari dalam organisasi dan meningkatkan kegiatan kolaborasi dengan individu dan organisasi lain. Hal tersebut sekaligus menekankan pentingnya kerangka *networked feminism* dalam membangun jaringan feminis sekaligus merebut wacana digital secara masif dan terstruktur. Adanya kolaborasi dengan audiens maupun organisasi lain pun dapat membuka perspektif baru yang memungkinkan adanya interseksi. Atas hal ini, aktivisme digital YJP dapat tumbuh secara sehat, inklusif dalam cita-cita penyebaran pengetahuan feminis yang membumi.

Seperti aktivisme lainnya, aktivisme feminis yang dilakukan oleh YJP berangkat dari kesadaran dan inisiatif individu dan/atau komunitas. Tetapi untuk mengamplifikasi atau memperkuat semua kerja itu perlu dilakukan sejumlah strategi penguatan.

YJP terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi dengan menggunakan berbagai aplikasi yang memadai untuk merawat data dan pengetahuan yang ada. Saat ini telah memperbarui sistem akses terhadap JP Online dan membuka akses gratis pada seluruh edisi JP yang telah didigitalisasi. Tim media sosial YJP juga berupaya meningkatkan *engagement* dengan cara melakukan kolaborasi IGLive, interaksi di media sosial, dan memberikan *update* berkala bagi Sahabat Jurnal Perempuan melalui

e-news letter yang dikirimkan tiga kali dalam sebulan (Abby Gina Boang Manalu 2022, wawancara 25 Juli).

Aktivisme Digital Yayasan Jurnal Perempuan: Perspektif Pembaca

Pada sub bab ini akan dibahas bagaimana respons pembaca terhadap konten YJP di ruang digital. Sebagai salah satu LSM feminis, YJP turut meramaikan ruang digital dengan konten yang informatif. Hal ini dibuktikan dengan penelitian kualitatif yang telah dilakukan melalui wawancara, audiens menganggap YJP sudah menjadi *platform* menyebarkan konten feminisme di ruang digital. Keenam narasumber yang diwawancarai menyatakan bahwa mereka dapat mengikuti perkembangan isu-isu feminisme melalui aktivisme digital YJP. Misalnya, salah satu narasumber yang kami wawancarai, menyatakan bahwa dengan mengikuti perkembangan media sosial YJP, ia tetap bisa mengikuti isu-isu feminisme di Indonesia. Tak hanya itu, YJP juga mengisi peran sebagai jembatan bagi isu perempuan dengan isu sosial lainnya, misalnya kerusakan lingkungan atau perhutanan sosial.

YJP juga membahas perempuan dan perhutanan sosial. Menurut saya, itu perlu diangkat karena perempuan dan lingkungan berkaitan erat. Feminisme dan lingkungan itu tidak bisa dipisahkan karena saling memengaruhi satu sama lain. (Faizah Diena 2022, wawancara 15 Juni).

Meski mengangkat isu-isu substantif dan berat³, layaknya isu kerusakan lingkungan, UU TPKS, dan lain sebagainya, YJP dianggap mampu menembus ruang digital dengan berbagai kontennya agar dapat dicerna, diterima, dan mampu memberi pengetahuan di ruang digital yang sangat awam akan isu feminisme. Misalnya dengan mempersingkat kalimat agar lebih mudah dan cepat dipahami oleh audiens, menjadi salah satu langkah yang diambil agar konten YJP lebih mudah diterima secara luas.

Konten-konten media sosial YJP membantu untuk orang-orang yang tidak mudah menelan kata-kata panjang atau tidak punya waktu buat mencerna publikasi yang panjang. Misal, dalam konteks perilaku orang-orang di internet sekarang, kita melihat orang-orang ingin disuapi kalimat-kalimat yang cepat, kalimat-kalimat yang langsung bisa dibaca (Faiz Abimanyu 2022, wawancara 15 Juni).

Konten-konten YJP pun semakin mudah dipahami konteksnya, dengan meluncurkan tulisan akademik feminis atau jurnal bersamaan dengan oleh produk visual⁴, seperti *reels* Instagram, Infografis, atau video YouTube.

Selain melalui fitur-fitur yang sudah dijelaskan sebelumnya, YJP juga dapat memanfaatkan fitur siaran langsung (*live streaming*) di Instagram. Misalnya saja, YJP dapat mengundang pembicara-pembicara yang ahli di bidang feminisme, lalu para penonton siaran langsung dapat dengan bebas bertanya ataupun berdiskusi di kolom komentar dan pembicara dapat secara langsung menjawab pertanyaan dari penonton. Lebih lanjut, untuk meningkatkan diskusi dua arah, YJP juga dapat membuat variasi *platform* diskusi itu, misalnya saja memanfaatkan Twitter Space⁵ di Twitter. Ausserhofer dan Maireder (2013) menyatakan bahwa penggunaan fitur-fitur di Twitter menunjukkan kecenderungan besar untuk berinteraksi dan terlibat dengan pengguna lain. Di Twitter, para penggunanya memiliki akses ke berbagai sumber. Mereka juga bebas untuk memilih hendak berinteraksi dengan kelompok mana.

Baik Twitter, Instagram, YouTube, Facebook dan berbagai *platform* media sosial lainnya pada dasarnya memiliki dampak untuk penyebaran konten karena tiap *platform* media sosial juga memiliki peminatnya masing-masing. Dari keenam narasumber yang penulis wawancarai, empat orang menyatakan bahwa bentuk penyebaran konten paling efektif untuk menyebarkan isu feminisme adalah audio visual.

Sekarang banyak orang yang lebih suka video daripada infografis. Kalau dulu, kita bisa melihat banyak kampanye lewat infografis, lewat gambar-gambar. Hanya saja, tampaknya sekarang orang lebih banyak tertarik melihat dalam bentuk video (Amira Hasna Ruzuar 2022, wawancara 17 Juni).

Kalau bisa sajian visualnya tidak hanya infografis saja, tetapi juga video karena lebih mudah dipahami masyarakat. Di Instagram dan YouTube sekarang ada fitur algoritma. Jadi tidak perlu mencari, tapi muncul video-video serupa (Irma Sari 2022, wawancara 18 Juni).

Sementara, narasumber yang lainnya menilai bahwa bentuk penyebaran konten memang perlu disesuaikan dengan target pembaca dari *platform* tersebut. Misal, untuk penyebaran konten melalui Facebook, konten dalam bentuk tulisan ataupun status panjang biasanya lebih disukai. Sementara, di Instagram, kebanyakan orang menghabiskan waktu untuk *scroll down* visual, sehingga untuk menyampaikan kampanye melalui Instagram, memang dibutuhkan konten dalam bentuk video atau siaran langsung.

Di Facebook, kata-kata jauh lebih *matter* (penting) karena orang menghabiskan waktu di Facebook untuk membaca, sedangkan di Instagram orang menghabiskan waktu untuk *scroll down* visual... Kalau Twitter itu *concern*-nya

(fokusnya) lebih seperti Facebook, tapi lebih banyak indeks kata-kata, hanya saja orang-orang mulai capek dengan bentuk *thread* (utas) panjang, jadi usahakan bahasanya yang singkat padat dan konsisten (Perdana Putri 2022, wawancara 17 Juni).

Dari berbagai wawancara dengan narasumber, pada dasarnya konsumsi audiens akan konten di media sosial sangat beragam. Hal ini dikarenakan sifat konten media sosial yang terus-menerus berevolusi (mengikuti tren), mulai dari kata-kata saja, gambar ilustrasi, infografis, sampai video singkat. Berbagai bentuk konsumsi konten ini yang berusaha dihadirkan oleh JP sehingga memberi banyak pilihan kepada para audiens JP, mana konten yang mudah untuk mereka cerna. Selain itu juga, dalam mengolah berbagai wacana feminis ke dalam konten media sosial, perlu adanya kepekaan akan perbedaan *platform* media sosial yang sudah mencetak selera serta format akan sebuah informasi para penggunanya.

Hambatan dan Tantangan Aktivisme Digital Jurnal Perempuan

Dewasa ini, isu dan gerakan feminisme di media sosial telah memiliki ruang dan atensi dari khalayak. Misalnya saja dengan eksisnya akun-akun feminis di Instagram, dari jumlah pengikut dan tingkat aktivitas akun, dapat dilihat bahwa akun-akun feminis saat ini memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak. Beberapa akun seperti *@indonesiafeminis* dengan pengikut 113.000, *@lawanpatriarki* dengan pengikut 199.000, *@Indonesiabutuhfeminis* dengan pengikut 13.400. Instagram YJP (*@jurnal_perempuan*) sendiri yang memiliki pengikut sebanyak 17.500 juga hadir sebagai pengisi ruang dalam wacana feminisme, dengan mewakili lembaga akademik. Tingginya aktivitas dalam akun-akun gerakan perempuan di Instagram termasuk YJP, ternyata tidak selalu mewujud dalam respons positif warganet. Perdebatan pun sering membanjiri akun-akun pendukung feminisme. Mendengar kata feminis saja, sering kali stigma negatif langsung melintas dalam pikiran pengguna internet. Tak jarang, hal ini juga membuat orang-orang yang sebenarnya memiliki kepedulian pada isu perempuan dan gender, menjadi enggan melabeli diri mereka sebagai feminis (Tirto 2021).

Keengganan orang untuk melabeli diri sebagai feminis ini juga dibahas di laman ensiklopedia filsafat daring *Stanford University*. Feminisme bisa dilihat mengandung unsur normatif (konsep bagaimana perempuan harus dilihat, diperlakukan) dan deskripsi (apa yang sebenarnya terjadi di dunia nyata, dan apa

yang tidak sesuai dengan nilai unsur normatifnya). Maka, muncul fenomena misalnya ketika seseorang mungkin hendak mengakui bahwa ada kasus-kasus ketika perempuan diperlakukan tidak adil, tapi orang tersebut tidak mengadopsi teori moral yang lebih luas untuk isu tersebut. Bisa pula seseorang secara umum percaya bahwa kesetaraan penting bagi perempuan, tapi tanpa menginterpretasikan bahwa ada situasi sehari-hari yang dianggap tidak adil bagi perempuan (Tirto 2021).

Ketidaksukaan netizen pada feminisme pun dilatarbelakangi oleh berbagai alasan. Menurut Arivia dan Subono (2017), meskipun feminisme di Indonesia telah mengalami kemajuan signifikan, masih ada penolakan keras terutama dari kelompok-kelompok fundamentalis agama, konservatif, dan populisme sayap kanan. Alasan penolakannya beragam, semisal feminisme sering dituduh sebagai ideologi Barat atau diadopsi dari budaya Barat. Sebuah opini dari Dyah Ayu Kartika, peneliti Pusat Studi Agama dan Demokrasi (PUSAD Paramadina), juga menyebutkan bahwa gerakan feminis memiliki kecenderungan elitis, dengan banyaknya penggunaan jargon dan privilese. Selain itu, banyak kekeliruan yang tersebar di media sosial terkait feminisme, mulai dari cap gerakan “anti laki-laki” hingga gerakan “marah-marah” (Tirto 2021). Maka dari itu, tak mungkin apabila akun-akun media sosial penyandang gelar “feminisme” tak bergesekan dengan berbagai hambatan, baik dari dalam maupun luar. Misalnya saja, bentuk cemoohan dari netizen terhadap akun penyandang gelar “feminisme” yaitu dengan membentuk akun tandingan, contohnya akun *Indonesia Tanpa Feminis* dengan slogan #UninstallFeminism dan mencerminkan gerakan konservatif.

Fenomena semacam itu tentunya menjadi hambatan bagi gerakan feminisme di Indonesia, tak terkecuali untuk YJP. Secara garis besar, kampanye feminis di media sosial kerap kali terganjal oleh berbagai tantangan. Selain perebutan wacana seperti dalam kasus #MeToo, aktivisme digital feminis juga berisiko mengancam aktivis feminis dengan berbagai situasi menyulitkan, seperti seksualisasi, serangan digital, juga stigma sosial dan diskriminasi (Pratiwi 2021). Beberapa gerakan aktivisme tagar untuk memperjuangkan keadilan bagi korban kekerasan seksual justru berakhir dengan reviktimisasi. Salah satu bentuknya adalah kriminalisasi terhadap korban dengan pasal pencemaran nama baik. Audiens yang tidak menyetujui konten berisi wacana feminisme juga kerap kali menyerang pembuat konten tersebut. Belum lagi ancaman penurunan konten oleh otoritas negara, seperti Kementerian Komunikasi dan

Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI). Secara terbuka, Kemkominfo RI bahkan membuka peluang penurunan paksa konten LGBT yang dianggap tidak sesuai dengan standar moral Indonesia (CNN.com 2022).

Atas hal tersebut, kampanye digital YJP pernah mengalami hal yang sama. Pada tahun 2019 lalu, akun Twitter YJP dipenuhi oleh ujaran kebencian dari akun-akun anonim. Serangan digital itu berimbas pada individu yang bekerja maupun tidak bekerja di YJP. Berdasarkan wawancara dengan Andi Misbahul Pratiwi, redaksi JP pada tahun 2014-2020, hal tersebut dipicu oleh kehadiran seorang akademisi feminis yang telah lama mendukung JP dalam konten video YJP. Akademisi tersebut kerap mengkritik pemerintah di media massa. Akibatnya, massa pendukung kubu yang kerap ia kritik menyerang media sosial YJP karena keberadaan tokoh tersebut.

Andi juga menjelaskan bahwa kelas Kajian Filsafat dan Feminisme (KAFFE) yang diselenggarakan oleh YJP juga pernah menjadi sasaran perundungan dari berbagai akun-akun anonim di internet. Padahal video yang diunggah ke Youtube adalah sebagai upaya demokratisasi pengetahuan. Sayangnya, terdapat pihak-pihak yang memotong sebagian kecil video, lalu mengubah narasi dan mengarahkannya menjadi ujaran kebencian (*hate speech*) dan kekeliruan (*misleading*). Menurut Andi, peristiwa ini merugikan YJP, staf-staf YJP, pengajar kelas KAFFE, hingga peserta kelas KAFFE yang harus mengalami serangan digital. Untuk mengatasinya, staf-staf YJP pada masa itu memitigasi penyerangan dengan melaporkan akun-akun terkait.

Dampak dari serangan tersebut bukan hanya pada lembaga YJP itu sendiri, tetapi individu dan pengajar kelas KAFFE. Waktu itu mitigasi kami melaporkan akun-akun yang *re-upload* video dan menutup kolom komentar karena banyak ujaran kebencian di sana terhadap substansi yang memuat nilai-nilai feminisme utamanya yang beririsan atau membahas topik seputar agama, kekerasan seksual, dan LGBTIQ (Andi Misbahul Pratiwi 2022, wawancara 10 Juli).

Fenomena yang sama juga dipaparkan oleh Abby Gina Boang Manalu, Direktur Eksekutif Yayasan Jurnal Perempuan. Berdasarkan pengalamannya, terdapat ancaman penyerangan pada YJP dan individu terkait ketika YJP mengadvokasikan isu sensitif yang dianggap menyinggung kelompok tertentu. Hal ini kerap terjadi pada isu seperti LGBT maupun agama. Salah seorang narasumber yang dihadirkan YJP pernah mengalami kekerasan digital ketika memaparkan materi mengenai penolakan poligami. Narasumber itu mendapat teror ke

akun dan kontak pribadinya sehingga atas permintaan narasumber dan demi keamanan, YJP terpaksa menurunkan konten terkait narasumber tersebut.

Serangan terhadap YJP sering kali dibungkus dalam narasi YJP (atau feminisme secara general) tidak sesuai dengan nilai-nilai dan budaya “ke-Indonesiaan.” Kerja YJP kerap dituding sebagai penyebarluasan nilai liberal yang dikonotasikan secara negatif oleh khalayak, dicap sebagai antek Barat, bertentangan dengan moralitas, tradisi, dan kadang disebut sesat (Abby Gina Boang Manalu 2022, wawancara 25 Juli 2022).

Dengan pengalaman perundungan terhadap JP tersebut, ancaman serupa dapat saja kembali terjadi pada JP. Akan tetapi, selama satu tahun belakangan sejak penulis mengelola akun media sosial JP, serangan tersebut belum terjadi. Sepanjang pengalaman penulis mengelola media sosial dalam kurun tahun 2021 hingga 2022, konten dengan tema “tabu” kerap menerima kritik, seperti konten LGBT. Namun, kritik yang diterima bukanlah kritik yang membahayakan YJP maupun kelompok LGBT, melainkan berupa ungkapan ketidaksetujuan dengan nada tidak mengancam.

Hambatan lain adalah terkait dengan kapasitas kerja YJP. Berdasarkan wawancara dengan staf pengelola media sosial YJP saat ini, Retno Daru Dewi G.S.P., hambatan utama dalam pengelolaan media sosial YJP ada pada kurangnya sumber daya. Perubahan pada sistem kerja sama dan dukungan donor asing terhadap isu memengaruhi program advokasi dalam sebuah organisasi. Dalam konteks advokasi media sosial YJP, sebenarnya ada dua staf yang bertanggung jawab pada pengembangan dan pengelolaan konten feminis. Kendati demikian, minimnya jumlah staf dalam organisasi tidak jarang membuat proses kerja tidak sepenuhnya ideal. Terkadang terjadi tumpang-tindih pekerjaan karena terbatasnya staf program, terbatasnya sumber pendanaan terkait dengan kapasitas untuk mengembangkan kapasitas pelatihan, dan pengayaan aplikasi yang relevan untuk mendukung kerja advokasi.

Menurut Daru, advokasi media sosial dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia dalam organisasi. Metode pemberian pelatihan kepada staf misalnya dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja media sosial YJP. Hal tersebut dapat menaikkan kemampuan individu staf terkait sekaligus menaikkan kualitas aktivisme digital feminis di media sosial YJP.

Sebenarnya, tenaga pengelola media sosial dirasa sudah cukup. Tapi, beban kerja pengelolaan media sosial membuat kewalahan bila harus mengerjakan tugas redaksional

juga sehingga ada baiknya bila ada penambahan tenaga maupun pelatihan untuk meningkatkan perkembangan media sosial YJP (Retno Daru Dewi G.S. Putri 2022, wawancara pada 3 Juli).

Aktivisme yang dilakukan di YJP mengupayakan kerja yang profesional, tapi tanpa melupakan prinsip kerelawanan. Artinya, meskipun ada sejumlah keterbatasan, tim media sosial terus berupaya memaksimalkan kerja advokasinya. Aktivisme media sosial seperti aktivisme lainnya bermula dari kegelisahan dan inisiatif mendorong perubahan, meskipun demikian dibutuhkan sejumlah dukungan untuk memastikan agar advokasi dapat berjalan dengan maksimal disertai pengembangan inovasi advokasi. Salah satunya terkait pembagian kerja yang terspesialisasi.

Tantangan dari pihak eksternal yang dirasakan oleh beberapa narasumber untuk memahami konten YJP adalah konten-kontennya cenderung normatif, deskriptif, serta adanya *labelling* bahwa YJP adalah “tulisan serius”; membuat sebagian orang sudah enggan terlebih dahulu untuk mengakses informasi. Hal tersebut karena kebanyakan konten media sosial YJP berasal dari JP. Atas hal itu, gagasan di dalamnya kerap kali sulit dikonsumsi secara ringan. Banyak diksi dan istilah yang tidak awam dan sulit untuk diterjemahkan dengan istilah populer. Testimoni beberapa narasumber pun menguatkan hal tersebut.

Penyampaian kontennya itu sangat normatif dalam artian mengarah langsung pada inti dan sangat serius. Hemat saya, itu perlu disimplifikasi lebih ringan supaya isu ini juga terdistribusi ke kalangan-kalangan non-akademik. Demikian, tulisan YJP tidak selalu dilihat sebagai tulisan serius; bisa dikonsumsi oleh semua kalangan (Sopian Thamrin 2022, wawancara 17 Juni).

Di samping dinilai normatif, beberapa narasumber juga menilai YJP tidak memiliki kampanye yang spesifik. Sebagian besar konten kebanyakan mengikuti isu-isu yang sedang ramai dikampanyekan akun-akun feminis lainnya juga. Hal ini tampak mengaburkan tujuan utama YJP dalam kerja-kerja media sosial. Selain itu, beberapa narasumber juga menilai konten-konten media sosial YJP sebaiknya dapat dikontekstualisasikan dengan keadaan di Indonesia. Dengan mengeksekusinya, YJP dapat mengawal isu-isu relevan sehingga aktivisme digitalnya dapat semakin berdampak pada audiens yang lebih luas.

Adanya berbagai wacana feminis baru juga hendaknya lebih cepat direspons oleh media sosial YJP. Konten media sosial YJP yang utamanya masih merujuk tulisan akademik JP terasa kurang responsif. Misalnya,

seperti yang dinyatakan oleh salah satu narasumber berikut.

Misalnya, ketika ada prosedur atau aturan baru dari UN Women, YJP bisa membantu untuk membuat itu lebih relevan dengan konteks di Indonesia... Terus misalkan peringatan hari-hari tertentu soal gender, bisa dijelaskan implikasi kejadian ini untuk perempuan di Indonesia (Perdana Putri 2022, wawancara 17 Juni).

Kutipan di atas mengimplikasikan bahwa konten media sosial YJP yang kurang terbarukan dengan isu-isu internasional, seperti adanya keluaran baru dari lembaga feminis internasional, menjadi salah satu tantangan aktivisme digital YJP. Upaya penerjemahan dan pengarusutamaan isu-isu feminis internasional dapat merelevansikan aktivisme digital YJP di Indonesia. Selain itu, adanya upaya penerjemahan dan pengarusutamaan isu feminis juga dapat meningkatkan jangkauan isu tersebut.

Dampak Advokasi Media Sosial Yayasan Jurnal Perempuan (YJP)

Advokasi feminisme di media sosial, pada dasarnya dirancang untuk tujuan perubahan atau berdampak pada publik. Hal ini terbukti, ketika YJP mulai menggunakan media sosial sebagai media penyebaran informasi dan wacana feminis. Menurut pernyataan Retno Daru Dewi G.S.P., semakin aktifnya media sosial YJP menguatkan jaringan gerakan feminis digital di Indonesia. Hal tersebut mendatangkan banyak ajakan kerja sama untuk penyebarluasan isu-isu bersama sehingga semakin meluaskan jangkauan gerakan feminis. Selama satu tahun mengelola media sosial YJP, tercermin besarnya atensi dari pengikut atau audiens terhadap konten-konten informatif seperti ringkasan YJP.

Pada dasarnya, dampak yang dirasakan oleh pengikut akun media sosial YJP juga beragam. Dampak pertama, masyarakat menjadi lebih teredukasi. Mengedukasi masyarakat sendiri memang menjadi tujuan YJP sejak awal berdirinya di tahun 1995. Hal ini termasuk pada visi misinya sebagai organisasi nirlaba yang bergerak di bidang pemberdayaan dan penegakan hak-hak perempuan, memfokuskan diri pada kegiatan pendidikan, penelitian, penerbitan, dan advokasi kesetaraan dan keadilan gender berbasis riset (Ruzuar 2016). Selama ini, YJP menjalankan visi misinya itu dengan menyebarkan isu-isu feminisme dengan melakukan riset yang bentuknya sebagian besar buku dan artikel ilmiah. Tetapi, dewasa ini, setelah secara

sosial mengalami perkembangan yang pesat, YJP pun turut ambil kesempatan untuk memperluas penyebaran isu-isu mereka. Melalui media sosial, edukasi yang disampaikan YJP dapat lebih menyentuh segala lapisan sebab aksesnya sangat mudah dan juga gratis. Bila kita lihat dari akun media sosial YJP, yakni Instagram dengan 17.500, Twitter sebanyak 34.400, dan YouTube sebanyak 37.900, sementara jumlah orang yang berlangganan akses jurnal berbayar YJP hanya sebesar 588 pada 2021 (Jurnal Perempuan 2021). Dari hal ini, dapat dilihat bahwa akun media sosial dengan konten gratis lebih dapat menjangkau edukasi terhadap banyak orang sebab tak semua pengikut YJP melakukan langganan berbayar.

Dampak yang saya rasakan dari kampanye digital YJP itu adalah merasa semakin teredukasi. Ada beberapa informasi yang saya belum tahu, tapi setelah membaca kampanye YJP atau konten-konten dari YJP, ada pemahaman baru yang bisa saya tularkan ke orang-orang lain (Faizah Diena Hanifah 2022, wawancara 15 Juni).

Saya lihat mereka (YJP) tetap konsisten dalam memberitakan dan menginformasikan tentang feminisme. *Website*-nya media sosialnya terus di-*upgrade*, ada informasi langsung di-*upgrade*—menurut saya ini luar biasa. Saya lihat ini bagus sekali untuk orang-orang yang ingin mendapatkan informasi lebih tentang kesetaraan dan keadilan gender (Sopian Thamrin 2022, wawancara 17 Juni).

Lebih lanjut, salah satu narasumber juga menggambarkan bagaimana YJP menjadi pemberi pengetahuan feminis dengan skala yang nasional. YJP tak hanya peduli pada isu-isu perempuan, tapi YJP gencar menyuarakan isu-isu perempuan adat dan isu-isu perempuan di wilayah terpencil. Hal ini membantu audiens untuk memahami isu-isu tersebut. Selain itu, pengangkatan isu-isu kelompok-kelompok tersebut juga membantu mereka mengklaim keberadaannya di muka publik.

Butuh sekali amunisi-amunisi pengetahuan terkait dengan itu (isu perempuan adat dan perempuan di wilayah terpencil), kadang-kadang kita di Aceh punya isu tersendiri dan harus bisa menyoroti isu lain di tingkat nasional (Irma Sari 2022, wawancara 18 Juni).

Dampak eksternal kedua, YJP dilihat sebagai pionir bagi pihak-pihak lain yang juga mengampanyekan feminisme. YJP tidak hanya berfokus pada kajian akademik, tapi juga menjadi pionir untuk isu-isu feminisme untuk awam di Indonesia. Sebagai salah satu LSM yang lahir di masa Orde Baru, YJP konsisten menghadirkan JP dan produk tulisan lain yang

membahas isu-isu feminisme. Dengan menjadi jurnal feminis pertama di Indonesia pula, YJP menjadi pionir penyebaran pengetahuan dan pendidikan feminis dalam kerangka akademik (Arivia & Subono 2017). Demikian, terbitan YJP sudah mendapat kepercayaan publik dan segmentasi pembaca yang tertarik mendalami feminisme.

Menurutku, YJP adalah salah satu otoritas pengetahuan feminis di Indonesia...itu menggambarkan bahwa organisasi yang sudah selama itu masih ingin berusaha untuk menjadi relevan, masih ingin memijaki sesuatu yang sedang dibahas di media sosial. Di sisi lain, ada harapan bahwa hal-hal yang dikampanyekan YJP untuk merefleksikan kampanye itu menjadi pengetahuan untuk penguatan akademis (Amira Hasna Ruzuar 2022, wawancara 17 Juni).

Tabel 2. Dampak, Hambatan, dan Tantangan Advokasi Media Sosial YJP

Dampak	Hambatan	Tantangan
<ul style="list-style-type: none"> ● Menguatkan jaringan aktivisme feminis digital di Indonesia ● Meningkatkan kesadaran masyarakat akan adanya isu-isu perempuan dan gender pada pengguna internet ● Menyebarkan edukasi feminisme dengan mudah, reduktif, dan gratis ● Menjadi pionir dalam kampanye feminisme di Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> ● Kurangnya SDM untuk mengelola dan mengembangkan media sosial ● Beban kerja staf pengelola media sosial YJP yang tumpang-tindih ● Keterbatasan pendanaan, donor, dan pengembangan kemampuan staf untuk memaksimalkan advokasi digital YJP 	<ul style="list-style-type: none"> ● Keengganan masyarakat terhadap isu-isu feminisme yang dilihat sebagai ajaran Barat dan tidak sesuai dengan norma sosial ● Ancaman serangan digital kepada YJP maupun individu-individu terkait di dalamnya karena motif kebencian pada suatu kelompok atau gerakan politik ● Muatan konten media sosial YJP dinilai terlalu normatif, deskriptif, dan terkesan sangat serius oleh beberapa audiens

Sumber: data riset yang diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel tersebut, didapati bahwa aktivisme digital YJP memberikan banyak dampak progresif terhadap advokasi dan gerakan jaringan YJP. Dampak-dampak progresif tersebut berpotensi meluaskan dimensi aktivisme YJP pada capaian yang lebih luas, baik pada capaian jangkauan audiens maupun capaian dalam menyebarkan pengetahuan feminis. Dampak progresif lainnya adalah mengukuhkan posisi YJP sebagai organisasi yang secara konsisten melaksanakan praxis feminisme di Indonesia, bukan hanya kepada kalangan akademisi tapi juga pada kalangan masyarakat awam. Namun begitu, aktivisme digital YJP menghadapi hambatan yang datang dari internal dan tantangan yang datang dari eksternal. Salah satu hambatan datang dari keterbatasan YJP dalam menyediakan sumber daya manusia dan pendanaan. Kerja feminisme adalah kolektif dalam semangat aktivisme dan solidaritas. Usaha yang konsisten dari YJP serta jaringan organisasi feminis lainnya dapat diperkuat oleh dukungan dan kerja sama dari lembaga-lembaga pemerintah, pendanaan dari donor dan mitra, dan juga aktivisme masyarakat sipil, dukungan donasi, dan keanggotaan SJP. Sementara tantangan eksternal YJP berasal dari prasangka terhadap isu-isu feminis yang berlatarkan kondisi politik dan kesulitan dalam menyerap muatan konten yang cenderung berbasis akademis.

Penutup

Pada dasarnya, konten media sosial YJP hadir sebagai advokasi akademik feminis yang beradaptasi dan berstrategi untuk merawat dan menyebarkan pengetahuan feminisme melalui media sosial. Hadirnya YJP di ruang digital menjadi penyeimbang ruang digital yang disesaki oleh wacana-wacana anti-feminis. Selain itu, wacana YJP juga turut terlibat aktif dalam gerakan feminisme digital dan membentuk jaringan dengan lembaga dan gerakan lainnya, baik nasional maupun global. Dalam menjalankan perannya itu, JP berusaha memanfaatkan media sosial dari berbagai platform, mulai dari Instagram, Twitter, YouTube, dan Facebook sebagai media advokasi isu-isu perempuan.

Penyebaran wacana feminis melalui media sosial, diakui telah menjangkau audiens lebih luas. Artinya, digitalisasi dan penyebaran informasi dalam jaringan virtual memudahkan gerakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Terlebih, konten-konten yang disebarluaskan dalam bentuk visual dapat meningkatnya interaksi dan jumlah pengunjung akun media sosial YJP sendiri. Konten media sosial YJP membuat distribusi wacana feminis meluas.

Ketika akhirnya YJP merambah ke bentuk konten digital, jangkauan YJP sebagai lembaga di bidang

penerbitan, penelitian, dan pendidikan menjadi lebih luas. Hal tersebut karena audiensnya tidak terbatas pada kalangan akademisi maupun aktivis saja. Tipologi pengguna media sosial yang dominan dari kalangan generasi muda, memungkinkan gerakan feminis digital YJP membangun narasi baru mengenai permasalahan feminisme dan kesetaraan gender. Hal ini juga dapat membangun pola pikir baru pada generasi yang lebih muda sebagai wujud terjadinya transformasi melalui ruang digital.

Dari kerja-kerja media sosialnya, dampak internalnya, YJP telah menuai beberapa dampak positif, seperti meluasnya informasi yang dibagikan, meluasnya jaringan kerja sama dengan mitra komunitas lainnya hingga meningkatkan kesadaran mengenai keberadaan YJP sebagai organisasi riset feminis di Indonesia. Sementara, untuk dampak eksternalnya, YJP dapat mengembangkan edukasi feminisme secara lebih luas sekaligus, memudahkan audiens untuk memahami teks-teks feminis, mengkampanyekan kebijakan terkait perempuan, dan meningkatkan kesadaran pengikutnya akan isu-isu feminisme. Dampak-dampak tersebut menjadi bukti nyata dari kerja baik berbasis pendekatan feminis digital yang memudahkan produksi dan persebaran kampanye feminis.

Lebih dari itu, melalui kerangka *networked feminism*, kerja-kerja media sosial YJP dapat dilihat sebagai jejaring kelompok feminis untuk mengarusutamakan pemikiran, gagasan, dan wacana feminis. Internet menjadi alat yang dapat dimanfaatkan oleh feminis untuk melakukan aktivisme untuk tingkat lokal, nasional, dan global. YJP tidak hanya memproduksi konten-konten saja, tapi juga membantu menggemakan kembali kampanye-kampanye dari berbagai mitra komunitas lainnya. Dengan hal tersebut, gerakan feminisme dapat meluas hingga ke jaringan yang lebih jauh. Adanya internet memungkinkan kerja-kerja *networked feminism* menjangkau daerah-daerah yang sebelumnya tidak terjangkau. Meskipun begitu, perlu diakui bahwa kerja-kerja media sosial YJP masih tersegmentasi pada kelompok-kelompok yang memiliki akses internet, yakni masyarakat perkotaan, kelompok masyarakat berpendidikan memadai, dan generasi muda.

Kerja-kerja media sosial YJP menghasilkan diskursus wacana feminis baru di media sosial yang didasarkan pada tulisan-tulisan berstandar akademik. Hal tersebut dapat menghadirkan representasi bahwa feminisme bukanlah sekadar kegiatan keperempuanan maupun gerakan Barat. Pandangan miring dari khalayak mengenai feminisme umumnya muncul karena feminisme

dianggap sebagai pemikiran Barat, tidak sesuai dengan norma-norma Timur, tidak selaras dengan agama, dan mengancam kedudukan politik kalangan konservatif. Kerja-kerja media sosial YJP menjadi salah satu gerakan yang mampu menggeser anggapan tersebut dari ruang-ruang digital.

Sebagai penanganan, diperlukan kesinambungan dari berbagai pihak sebagai upaya meningkatkan keberlangsungan aktivisme digital YJP. Bantuan dari pihak eksternal, seperti kerja sama dengan pemerintah, mitra sesama organisasi masyarakat sipil, dukungan filantropi individu (dalam bentuk Sahabat Jurnal Perempuan), dan donasi dapat memaksimalkan kualitas konten aktivisme digital, meningkatkan kemampuan staf media sosial YJP dalam mengelola media sosial, dan menguatkan jaringan dengan LSM lain. Dibantu dukungan masyarakat awam dengan cara menyebarkan dan melindungi media sosial YJP dari ancaman kekerasan digital, aktivisme digital YJP dapat semakin memperkuat aktivisme digital YJP dan pengarusutamaan wacana feminis di ruang digital.

Daftar Pustaka

- Agustini, P. 2021. "Warganet Meningkat, Indonesia Perlu Tingkatkan Nilai Budaya di Internet". *Kominfo*, 12 Desember. diakses pada 26 Juni 2022, <https://aptika.kominfo.go.id/2021/09/warganet-meningkat-indonesia-perlu-tingkatkan-nilai-budaya-di-internet/>.
- Arivia, G. 2016. "Kisah Awal Tinta Feminis" dalam Ruzuar, A.H. (ed). *Kami, Jurnal Perempuan: Setelah 20 Tahun*. Yayasan Jurnal Perempuan: Jakarta.
- Arivia, G. 2013. "Politik Seksual Ilmu Pengetahuan & Kultur Teknologi yang Maskulin". *Jurnal Perempuan* 78, Vol. 18, No. 3, hlm. 43--58.
- Arivia, G., & Subono, N.I. 2017, *Seratus Tahun Feminisme di Indonesia Analisis terhadap Para Aktor, Debat, dan Strategi*, diakses 26 Juni 2022, <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/indonesien/15114.pdf>.
- Ausserhofer, J. 2013. "National Politics on Twitter: Structures and Topics of a Networked Public Sphere", *Communication & Society*, Vol. 16, No. 3, hlm. 291--314.
- Candraningrum, Dewi. 2014. "Industrialisasi dan Seksualisasi Perempuan dalam Media." *Jurnal Perempuan*, diakses pada 3 Agustus 2022, Dewi Candraningrum: Industrialisasi dan Seksualisasi Perempuan dalam Media (jurnalperempuan.org).
- Castells, M. 2010, *The Rise of the Network Society*, Wiley: New York.
- CNN Indonesia. 2022. "Kominfo Buka Suara soal Peluang Take Down Konten LGBT". Diakses pada 2 Juli 2022, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220513173651-192-796532/kominfo-buka-suara-soal-peluang-take-down-konten-lgbt>.
- Fotopoulou, A. 2016. "Digital and networked by default? Women's organisations and the social imaginary of networked feminism". *New Media & Society*, Vol. 18, No. 6, hlm. 989--1005.

Harding, S. (ed.) 2004. *The Feminist Standpoint Theory Reader: Intellectual and Political Controversies*. Routledge: New York.

Harding, S. 2016. *Whose Science? Whose Knowledge? Thinking from Women's Lives*. Cornell University Press: New York.

Jurnal Perempuan 2021, "Daftar Nama Sahabat Jurnal Perempuan", diakses pada 21 Juni 2022, <https://www.jurnalperempuan.org/daftar-nama-sjp.html>.

Kasana, M. 2014. "Feminisms and the Social Media Sphere". *Women's Studies Quarterly*, hlm. 236--249.

Komnas Perempuan 2021. *CATAHU 2021: Perempuan dalam Himpitan Pandemi: Lonjakan Kekerasan Seksual, Kekerasan Siber, Perkawinan Anak dan Keterbatasan Penanganan Di Tengah Covid-19*, Komnas Perempuan: Jakarta.

Komnas Perempuan 2022. *CATAHU 2022: Bayang-bayang Stagnansi: Daya Pencegahan dan Penanganan Berbanding Peningkatan Jumlah, Ragam dan Kompleksitas Kekerasan Berbasis Gender terhadap Perempuan*, Komnas Perempuan: Jakarta.

LM Psikologi UGM. 2021. "Satu Tahun Pandemi: Meningkatkan Kekerasan Basis Gender Online", *LM Psikologi UGM*, 29 Maret, diakses pada 22 Juni 2022, <https://lm.psikologi.ugm.ac.id/2021/03/satu-tahun-pandemi-meningkatnya-kekerasan-basis-gender-online/>.

Magdalene. 2022. "Habis Feminis SJW, Terbitlah 'Fafu Wasweswos'", 10 September, diakses 23 Juni 2022, <https://magdalene.co/story/habis-feminis-sjw-terbitlah-fafu-wasweswos>

Maireder, A. & Schwarzenegger, C. 2012. "A movement of connected individuals: social media in the Austrian Student Protests 2009". *Information, Communication & Society*, 15(2): hlm. 171-195. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2011.589908>.

Nikolay, V. et al. 2018. "Political discourse in the Internet space: subjects, forms, risks", *Atlantis Press*, diakses pada 24 Juni 2022, <https://www.atlantis-press.com/proceedings/ictppfms-18/25902999>.

Parahita, G.D. 2019. "The Rise of Indonesian Feminist Activism on Social Media". *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, Vol. 4, No. 2, hlm. 104--115.

Pratiwi, A.M. 2021. "Mengupayakan Keadilan bagi Korban Kekerasan Seksual Melalui Aktivisme Tagar: Kesempatan dan Kerentanan di Indonesia". *Jurnal Perempuan*, Vol. 26, No. 3, hlm. 207--217.

Ruzuar, A.H. (ed.) 2016. *Kami, Jurnal Perempuan: Setelah 20 Tahun*. Yayasan Jurnal Perempuan: Jakarta.

The Stanford Encyclopedia of Philosophy. 2018. "Feminist Philosophy", 28 Juni, diakses 2 Juli 2022, <https://plato.stanford.edu/entries/feminist-philosophy/>.

Tirto.id 2021, "Survei Feminisme: Tolak Label Feminis, tapi Mendukung Isu Perempuan", 16 Juni, diakses 25 Juni 2022, <https://tirto.id/survei-feminisme-tolak-label-feminis-tapi-mendukung-isu-perempuan-ggLF>.

Vitello, L. 2017. "Toward a Networked Feminist Pedagogy for Composition". *Scholar Commons*, diakses pada 22 Juni. <https://scholarcommons.sc.edu/etd/4147/>.

We Are Social Indonesia. 2022. "Digital 2022: Another Year of Bumper Growth". 26 Januari, diakses pada 21 Juni 2022. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>.

Catatan Akhir

- 1 Indonesianfeministjournal.org adalah website Jurnal Perempuan Online (JPO). Setiap terbitan JP memproduksi Jurnal Perempuan versi cetak dan Jurnal Perempuan versi online berbahasa Indonesia dan Inggris. Per tahun 2022, akses JPO untuk umum dan gratis. Tujuan dibukanya akses JPO adalah penyebaran pengetahuan feminisme secara lebih masif dan inklusif.
2. Tantangan dan ancaman aktivisme digital feminis terutama pada keamanan aktivis, pendamping hukum, korban (dalam kasus korban kekerasan yang "speak up"), kerabat korban (yang menggemakan suara-suara korban), saksi, dengan ancaman seperti kekerasan, perundungan hingga kriminalisasi. Selengkapnya, lihat Pratiwi (2021).
3. Muatan-muatan pembahasan JP sendiri pada dasarnya berbasis riset ilmiah dan akademik. Pada websitenya, JP menamakan diri mereka sebagai organisasi nirlaba yang bergerak di bidang pendidikan, penelitian, penerbitan, dan advokasi isu-isu perempuan berbasis riset gender di Indonesia. Salah satu tujuannya adalah menjadi jurnal feminis di Indonesia yang digunakan untuk rujukan akademik dan pengambilan kebijakan.
4. Seluruh narasumber yang diwawancarai menyatakan produk visual dalam konten JP sangat membantu mereka untuk memahami makna yang hendak disampaikan. Hal ini diperkuat dengan testimoni salah satu narasumber, "Perkembangan dari media sosial itu tidak cukup dari foto, tapi juga video; video edukasi singkat seperti itu yang jauh lebih menarik dan sebenarnya itu menaikkan jumlah kunjungan media sosial" (Faizah Diena Hanifah).
5. Twitter Space merupakan fitur yang menghubungkan pengguna melalui saluran khusus dengan output suara. Untuk memanfaatkan fitur, pengguna wajib memenuhi syarat tertentu. Penyelenggara atau host Twitter Spaces wajib memiliki minimal 600 pengikut.

