

# POTRET MEDIA SOSIAL DAN PEREMPUAN

**Evawani Elysa Lubis**

FISIP Universitas Riau, Pekanbaru  
E-mail: evawanielysalubis@gmail.com

**Abstract:** This paper aims to describe the presence of social media has become the media influence people's lives, especially women. From some of the survey results revealed that women are users of social media the most dominant. This is of course due to the characteristics of social media is that of participation, openness, conversation, community and connectedness provides opportunities for women to be able to channel the aspirations, feelings and ideas to friends friends, colleagues or relatives. When compared with mainstream media where women often only become the object of interest of the owners of capital, the social media more women can be themselves. Through this social media can be a more active role of women in business by building their own business; political field with the channel representing the interests of women; and the field of psychology, where women can reduce the stress felt by using social media in conjunction with other communication technologies.

**Abstrak:** Tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang keberadaan media sosial yang telah menjadi media sangat mempengaruhi kehidupan manusia terutama perempuan. Dari beberapa hasil penelitian diketahui bahwa perempuan adalah pengguna media sosial yang paling dominan. Hal ini tentu saja disebabkan dari karakteristik media sosial tersebut yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan keterhubungan memberikan peluang kepada perempuan untuk dapat menyalurkan aspirasi, perasaan maupun idenya kepada teman-temannya, kolega maupun saudaranya. Jika dibandingkan dengan media mainstream dimana perempuan sering hanya menjadi objek kepentingan pemilik modalnya, pada media sosial perempuan lebih dapat menjadi dirinya. Melalui media sosial ini perempuan dapat lebih aktif berperan di dalam bisnis dengan membangun usaha sendiri; bidang politik dengan menyalurkan aspirasinya yang mewakili kepentingan perempuan; maupun bidang psikologi dimana perempuan dapat mengurangi stress yang dirasakan dengan menggunakan media sosial bersamaan dengan teknologi komunikasi lainnya.

**Kata Kunci:** media sosial, perempuan, partisipasi

## PENDAHULUAN

Perkembangan era globalisasi salah satunya ditandai dengan kemajuan teknologi khususnya dalam bidang komunikasi informasi. Komunikasi dilakukan dalam memenuhi kebutuhan manusia untuk melakukan interaksi dengan orang lain terkait fungsi manusia sebagai makhluk sosial. Salah satu teknologi komunikasi yang sangat pesat saat ini adalah internet. Internet telah menjadi sebuah faktor yang sangat penting dalam perkembangan pengetahuan manusia, manajemen organisasi, aktivitas bisnis dan lain sebagainya. Hal ini menjadikan internet menjadi sesuatu yang sangat penting bagi penggunaannya dalam kehidupan sehari-harinya (Horrigan & Rainie, 2006, dalam Daraha, 2013). Ada beberapa keuntungan yang ditawarkan dari teknologi internet ini, mulai penyediaan sumber informasi yang dapat dikumpulkan, disimpan, disebarluaskan ataupun untuk

mendapatkan informasi dari orang lain, perusahaan swasta, pemerintah, institusi pendidikan, institusi penelitian dan lain sebagainya. Teknologi internet ini secara cepat dan radikal merubah kehidupan manusia dan dunia kerja. Serta banyak sekali dampak yang dapat dirasakan dari keberadaan teknologi internet ini dari berbagai aspek seperti bagi masyarakat bisnis, pemerintahan, pendidikan maupun kehidupan pribadi.

Perkembangan teknologi internet yang sangat pesat pada zaman ini telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap perubahan masyarakat atau penggunaannya. Keberadaan internet ini juga telah mempengaruhi kehidupan kaum perempuan, dimana ternyata perempuan sangatlah aktif dalam menggunakan internet ini dalam kehidupan sehari-hari dengan menggunakan media sosial. Hal ini juga terjadi di Indonesia dimana menurut Betty Alisjahbana

seorang pakar Teknologi Komunikasi dan Informatika, perempuan Indonesia pengguna internet itu di atas pertumbuhan (pengguna internet) umum, bisa di atas 10 persen. Perempuan pengguna internet paling banyak berasal dari kalangan profesional dan diikuti ibu rumah tangga yang memanfaatkan internet dan teknologi informasi untuk membantu produktivitas mereka. Perempuan pengguna internet di Indonesia didominasi penduduk kota besar meskipun sebaran penggunaannya sudah meluas karena teknologi informasi memungkinkan para perempuan melakukan pekerjaan di mana pun. Hal ini diungkapkan oleh Betty Alishabhana pada acara Kartini Next Generation Award 2013 di Jakarta, yang merupakan penghargaan untuk perempuan Indonesia yang memanfaatkan teknologi komunikasi dan informatika untuk memberdayakan diri dan berdampak bagi lingkungan mereka. Data sebuah hasil penelitian yang dilakukan Pew Research Centre, sebuah organisasi yang konsisten melakukan penelitian tentang internet, teknologi dan sains menunjukkan bahwa ternyata perempuan mendominasi dalam penggunaan media sosial yaitu 76% sementara itu laki-laki sebanyak 72%.

Kemajuan teknologi komunikasi dapat membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Berbicara mengenai dampak internet terhadap kehidupan pribadi seseorang. Hal ini dapat dihubungkan dengan keberadaan jejaring sosial atau media sosial seperti twitter, facebook, myspace dan friendster. Melalui media sosial ini penggunaannya dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan sahabat, keluarga, kolega bahkan orang asing sekalipun. Menurut Devito (2011) sifat komunikasi terbagi dalam 2 jenis, yaitu komunikasi secara langsung dan tidak langsung, komunikasi langsung merupakan komunikasi yang dilakukan dengan saling bertatap muka dalam suatu aktivitas komunikasi tanpa menggunakan perantara media, sedangkan komunikasi secara tidak langsung merupakan komunikasi yang dilakukan dengan tidak bertemu secara langsung dalam suatu aktivitas komunikasi, komunikasi dilakukan dengan menggunakan perantara media seperti email, handphone, jejaring sosial (media sosial), dan yahoo messenger.

Media sosial adalah satu bentuk komunikasi melalui komputer (*computer-mediated communication*). Jejaring sosial, seperti facebook dan Myspace, adalah bentuk media sosial yang sangat populer pada saat ini. Jejaring sosial melalui internet ini dapat membuat individu untuk: 1). Membentuk profil dari sebuah publik atau semi-publik di dalam sebuah sistem yang terbatas, 2). Mengetahui daftar dari pengguna-pengguna yang lain dengan siapa individu akan berbagai sebuah hubungan, dan (3) melihat dan melewati daftar koneksi dan dibuat oleh orang lain yang ada dalam sistem (Boyd & Ellison, dalam McIntyre, 2014). Pengguna media sosial juga dapat membaca dan memerikan reaksi terhadap 'posting' yang dibuat oleh pengguna yang lain, serta mengirim dan menerima pesan secara pribadi maupun diterima oleh publik. Individu dapat memilih untuk mengirim pesan secara pribadi, menulis pada dinding (*wall*) pengguna yang lain, mengatur aktivitas sosial dan tetap mendapatkan informasi tentang aktivitas sehari-hari pengguna yang lain. Walaupun demikian pengguna dapat membatasi dirinya untuk memberikan informasi tentang dirinya kepada publik yang lain. Beberapa bentuk informasi yang dapat dipilih untuk dibagikan kepada publik tersebut seperti: gambar, buku yang disukai, film, hari ulang tahun, status hubungan dan lokasi (Tufekci, dalam Sponcil & Gitimu, 2013). Dapat dikatakan pula bahwa media sosial adalah sebuah lingkungan di mana halangan untuk publikasi tidak ada lagi, membuat semua orang dengan sebuah koneksi internet dapat menjadi seorang *publisher* dan menjadi sumber informasi yang terpercaya (Barger, 2012)

Sebelum perkembangan media sosial yang cukup pesat seperti saat ini, perempuan juga telah bersentuhan dengan media mainstream (media massa), seperti televisi, radio, surat kabar dan majalah, dan lain-lain. Berbagai fenomena dapat dilihat bagaimana perempuan dieksploitasi, seperti 'korban' iklan, korban kekerasan rumah tangga yang di-*setting* begitu rupa di film-film, sinetron atau layar lebar serta di media cetak. Media massa dengan kekuatannya telah menjadi alat kontrol sosial dan konstruksi sosial yang sangat ampuh. Dan selanjutnya perempuan men-

jadi penonton dengan apa yang disebut Boudrillard sebagai *silent majority* yang tidak akan mampu berkutik dan hanya mampu menerima dengan *nrmo*. Televisi menjadi bagian hidup yang selalu mengatur tata kehidupan dan relasi sosial dimanapunkita berada serta menjadi acuan nyata yang membuat kita (perempuan) terpukau dan diam seribu bahasa menerima apa saja yang ditawarkan olehnya. (Junaidi, 2006)

Selain itu keberadaan media massa juga memberikan kontribusi terhadap kekerasan yang dialami oleh perempuan. Kekerasan yang dimaksud dalam tulisan ini adalah kekerasan yang terjadi secara struktural dimana media menjadi alat kekerasan tersebut, baik yang dilakukan oleh pejabat negara ataupun pemilik kapital (Muzakkar, 2006). Media massa memiliki peluang dalam menciptakan kekerasan terhadap perempuan akan mudah dijumpai dalam materi media yang banyak memosisikan perempuan sebagai objek pelengkap dalam pemberitaan dan menjadi komoditas yang dieksploitasi demi kepentingan akumulasi kapital (Muzakkar, 2006).

Dari pemaparan di atas dapatlah dipahami bagaimana hubungan antara perempuan dengan media massa (media mainstream). Selanjutnya memasuki era digitalisasi serta perkembangan teknologi internet yang sangat cepat tentu saja membuat perempuan harus bisa beradaptasi dengan situasi tersebut. Era digitalisasi dan informasi ini menuntut perempuan untuk dapat memahami dan menggunakan teknologi tersebut dengan bijak. Media sosial yang ada pada saat ini tentu saja mempengaruhi kehidupan kaum perempuan, sebagaimana diketahui ternyata penggunaan media sosial didominasi kaum perempuan.

Fenomena media sosial ini dapat dilihat pula melalui beberapa teori dalam riset media, yaitu *social presence* (presentasi sosial) dan *media richness* (kekayaan media) yang terdiri dari *self-presentation* dan *self-disclosure*, ini merupakan dua elemen kunci dari media sosial. Mengenal media, berhubungan dengan komponen dari media sosial, teori presentasi sosial (Short, Williams, & Christie, 1976) menyatakan bahwa media berbeda dalam tingkatan '*social presence*'-didefinisikan sebagai suara akustik, visualisasi

dan kontak fisik yang dapat diterima. *Social presence* dipengaruhi oleh keintiman (*intimacy*) yang dapat dilihat dari komunikasi yang dilakukan yaitu komunikasi antar pribadi atau yang menggunakan media. Faktor lain yang mempengaruhi *social presence* adalah kesegeraan (*immediacy*) yang dapat dilihat dari *asynchronous* ataupun *synchronous* dari media, dan dapat pula diharapkan mediasi yang lebih rendah dari pembicaraan melalui telepon daripada komunikasi antar pribadi (diskusi secara tatap muka) dan untuk *asyn-chronous* (seperti email) dibandingkan komunikasi *synchronous* (seperti *live chat*).

Semakin tinggi tingkat presentasi sosial (*social presence*), maka semakin besar pengaruh sosial (*social influence*) yang dimiliki oleh pasangan komunikasi pada masing-masing perilakunya. Dasar pemikiran yang paling dekat dengan ide *social presence* ini adalah konsep *media richness*. Teori *media richness* (Daft & Lengel, 1986) dasar asumsinya adalah tujuan dari semua komunikasi yang dilakukan adalah untuk memecahkan ambiguitas dan mengurangi ketidakpastian. Pada teori ini juga disebutkan bahwa setiap media memiliki tingkat *richness* yang berbeda-beda, dimana berapa jumlah informasi yang dapat mereka transmisi dalam suatu interval waktu, oleh karena itu beberapa media lebih efektif dibanding media yang lainnya dalam memecahkan ambiguitas dan ketidakpastian. Penerapan teori-teori tersebut dalam konteks media sosial, kita asumsikan bahwa klasifikasi pertama dapat dibuat berdasarkan pada kekayaan media (*the richness of media*) dan tingkat dari *social presence* yang dapat terjadi.

Sesuai dengan dimensi sosial dari media sosial, konsep tentang presentasi diri (*self-presentation*) menyatakan bahwa semua bentuk dari interaksi sosial orang-orang memiliki keinginan untuk mengatur bentuk kesan orang lain terhadap mereka (Goffman, 1959). Hal ini disebabkan karena pada dasarnya orang berinteraksi dengan orang lain bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dengan mendapatkan imbalan seperti adanya kesan positif tentang dirinya dan dapat pula untuk menciptakan sebuah kesan yang tetap dengan identitas

pribadi yang dimiliki oleh seseorang seperti berpakaian yang modis (*fashionable*) untuk mendapatkan kesan lebih muda dan trendi. Alasan utama mengapa orang-orang memutuskan untuk membuat sebuah webpage pribadi adalah keinginan untuk presentasi diri mereka di dunia siber (Schau & Gilly, 2003). Biasanya sebuah presentasi diri terjadi melalui pengungkapan diri (*self-disclosure*); yang mana dengan kesadaran ataupun tidak pengungkapan informasi pribadi (seperti pemikiran, perasaan, kesukaan maupun yang tidak disukai) adalah konsisten dengan image seseorang yang akan diberikan oleh orang lain. Pengungkapan diri adalah langkah yang paling penting dalam pengembangan sebuah hubungan pribadi (seperti hubungan dekat) tapi dapat juga muncul diantara dua orang yang saling tidak mengenal, contohnya ketika seseorang bercerita tentang masalah pribadinya kepada orang yang duduk sebangku dengannya di sebuah pesawat terbang. Penerapannya pada konteks media sosial, kita asumsikan bahwa klasifikasi kedua dapat dibuat berdasarkan pada tingkat pengungkapan diri yang dibutuhkan dan jenis dari presentasi diri yang diperkenankan (Kaplan & Haenlein, 2010).

*Self-disclosure* di dalam media sosial bukanlah hanya sebuah tindakan komunikasi, tetapi juga bergantung pada interpretasi orang lain terhadap pengungkapan tersebut dan perilaku komunikasi yang mengikutinya (Jiang dkk, 2011). Dukungan sosial dari orang lain pada media sosial dapat mempengaruhi bagaimana seorang individu untuk dapat melakukan pengungkapan dirinya (*self-disclosure*). Individu menerima dukungan sosial dari pengguna lainnya yang mana dapat membantu membina hubungan yang telah terjalin, dan hal ini memberikan dampak yang positif terhadap kualitas hidup penggunaannya (Lui & LaRose, 2008).

Blog adalah jenis media sosial yang memiliki tingkat presentasi sosial ataupun kekayaan media (*media richness*) yang rendah namun memiliki tingkat presentasi dan pengungkapan diri yang tinggi, sementara itu *collaboratif projects* seperti wikipedia memiliki tingkat presentasi diri dan pengungkapan diri yang rendah. Selanjutnya pada *social networks* seperti facebook memiliki

tingkat presentasi sosial dan kekayaan media yang sedang, di lain pihak memiliki tingkat presentasi diri ataupun pengungkapan diri yang tinggi. *Content communities* seperti You Tube adalah jenis media sosial yang memiliki tingkat presentasi sosial ataupun kekayaan media yang sedang dan presentasi diri serta pengungkapan diri yang rendah. Sementara itu virtual social world seperti second life dan virtual game online memiliki tingkat presentasi sosial dan kekayaan media yang tinggi. Bedanya pada virtual social world memiliki tingkat presentasi diri dan pengungkapan diri yang tinggi sedangkan virtual game online lebih rendah.

Keberadaan media sosial juga dimaknai beragam oleh penggunaannya. Dari sebuah hasil penelitian yang dilakukan Maryani dan Arifin (2012) dapat diketahui bahwa ada keberagaman makna tentang keberadaan media sosial ini, yaitu: a) media sosial dapat menjadi sarana untuk eksistensi diri, menampung pemikiran, melepaskan pikiran, hiburan atau kepuasan, dan membangun jejaring sosial, b) Selain itu media sosial juga menjadi sarana yang sangat efektif untuk berbagi (*sharing*), publikasi karya, membentuk komunitas, dan sarana edukasi pemikiran alternatif (kritis), c) Terkait kebebasan, media sosial dimaknai lebih memberikan kebebasan dan melepaskan nara sumber dari ikatan nilai atau norma budaya, d) dialogis dan mempertajam pemikiran atau terbiasa menerima kritik, itu dapat terjadi karena media sosial dimaknai sebagai tempat berdebat, berargumentasi, memperlakukan atau mendapatkan respon atau apresiasi dari pengguna lain.

Terungkap bahwa keragaman makna tentang diri yang muncul adalah; memaknai diri sebagai seorang yang dinamis, kritis, biasa saja, sholeh, ramah, sering di-bully, pendiam, patuh pada orang tua, tapi ada juga yang memaknai diri sebagai anak desa yang di dunia real terikat banyak nilai, dan mengaku tidak percaya diri. Di media sosial identitas diri dimaknai beragam dan kadang berbeda dengan dunia nyata – kecuali facebook yang relatif mendekati identitas dunia nyata. Identitas pengguna di mySpace, blog, tumblr, multiply diakui agak berbeda akan tetapi ada juga pengguna yang ingin dimaknai sama. Media sosial

juga dapat menjadi tempat untuk mengkonstruksi identitas imajinatif dari para pengguna yang berbeda dengan dunia nyata. Konstruksi identitas dapat dilakukan melalui beragam foto yang diunggah, berupa foto diri, teman, keluarga, tokoh-tulisan yang dibuat/dirujuk/dikomentari, quote yang diambil, link yang diakses, tempat yang dikunjungi, kegiatan yang dilakukan atau diikuti. Terdapat juga beragam simbol yang mewakili emosi atau pikiran narasumber ketika berhubungan melalui media sosial.

Tulisan ini bertujuan untuk mengupas bagaimana keberadaan media sosial tersebut artinya bagi perempuan? Apakah keberadaan media sosial ini sama dengan keberadaan media mainstream yang masih tidak berpihak kepada kesetaraan gender, dimana perempuan hanyalah sebagai objek bagi media tersebut? Hal inilah yang ingin diungkapkan dalam tulisan ini dengan *me-review* berbagai sumber data maupun literatur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keberadaan Media Sosial

Pesatnya perkembangan teknologi dan keahlian serta pengetahuan dari pengguna media sosial menyebabkan semakin cepatnya perubahan konsep tentang media sosial yang terus berlanjut, seperti munculnya website baru dan *content* (isi) media *online* setiap hari. Menurut Jacka dan Scott (2011), tidak ada hanya satu definisi yang dapat menjelaskan tentang media sosial. Seperti diketahui banyak orang bahwa jaringan sosial, facebook dan twitter, adalah bentuk dari media sosial yang populer di kalangan penggunanya dari segala ras, umur dan gender, dan memiliki ratusan jutaan penggunanya. Media sosial juga telah menjadi satu topik yang sangat populer diantara para akademisi yang mendalami beberapa bidang keilmuan seperti komunikasi, psikologi, sosiologi dan bisnis. Menjadi sangat penting keberadaan literatur tentang media sosial. Cukup banyak literatur yang telah diterbitkan dalam beberapa tahun belakangan ini yang mana lebih fokus pada proses-proses sosial dari media sosial dan efeknya di dalam dunia pemasaran, politik, kesehatan, komunikasi dan pendidikan

Pengertian dari media sosial menurut Jacka dan Scott (2011) adalah satu set teknologi yang berbasis *web broadcast* dimana memungkinkan demokratisasi atas isi, memberikan kesempatan kepada pengguna yang muncul sebagai konsumen dari isi menjadi *publisher*. Berdasarkan Kamus Oxford (2011a) media sosial didefinisikan sebagai website dan aplikasi yang digunakan untuk jaringan sosial. Sementara itu, jaringan sosial didefinisikan sebagai penggunaan dari website dan aplikasi-aplikasi untuk berkomunikasi dengan pengguna lain, atau mencari orang yang memiliki kepentingan yang sama.

Media sosial atau dalam bahasa Inggris '*social media*', menurut tata bahasa terdiri dari kata '*social*' yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan '*media*' adalah sebuah wadah atau tempat sosial itu sendiri. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), *social media* sebagai *a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content*.

Keberadaan media sosial pada saat ini sangatlah memberikan pengaruh yang kuat terhadap perubahan di dalam masyarakat dan sosial. Pada saat ini media sosial telah membuat ide tentang sebuah '*global village*' yang diungkapkan McLuhan tahun 1960-an menjadi lebih nyata. Dimana dalam era ini manusia telah saling terhubung melalui teknologi komunikasi internet dengan media sosial yang merupakan bagiannya. Ide dari Mc Luhan tersebut juga senada dengan sebuah istilah yang diungkapkan Friedman yaitu '*flat world*' di awal abad 21, dimana orang-orang akan saling terhubung melalui komputer dan semakin cepatnya transfer informasi melalui kabel optik. Hal ini dapat dikatakan sebagai revolusi modern dimana hampir dapat menghilangkan batasan antara waktu dan ruang (Toivo, 2012).

### Perempuan dan Media Sosial

Perempuan adalah bagian dari masyarakat. Mereka menginginkan untuk dapat akses infor-

masi dan dapat mengatur sendiri media sosial yang dimilikinya. Diketahui bahwa media sosial telah didominasi oleh perempuan dengan jumlah 76%. Data lain yang tak kalah pentingnya adalah diketahui bahwa facebook menjadi media sosial yang paling disukai oleh pengguna media sosial lebih banyak menggunakan facebook dalam aktivitas sosialnya (71%) ([www.pewinternet.org](http://www.pewinternet.org)). Selanjutnya diketahui juga bahwa sebanyak 56% perempuan mengakses facebook. Hal ini menunjukkan dominasi perempuan di media sosial dibandingkan dengan pria yang hanya berjumlah 49,5% saja. dan sebanyak 41 persen perempuan pengguna media sosial mengaksesnya melalui telepon seluler. Perempuan juga menggunakan waktunya sebanyak 30% untuk berkomunikasi melalui media sosial, sementara itu pria hanya menggunakan 26% waktunya untuk berinteraksi di media sosial.

Ada banyak alasan mengapa media sosial banyak digunakan pada saat ini. Seperti diketahui di Amerika ada 66% orang dewasa menggunakan media sosial. Alasan pertama yang paling mendasari penggunaan media sosial tersebut adalah untuk menjalin hubungan dengan keluarga ataupun teman baik yang baru ataupun yang sudah lama. Alasan lainnya adalah untuk dapat berhubungan dengan teman yang sudah lama hilang kontak, berhubungan dengan orang-orang yang mempunyai hobi yang sama, menjalin hubungan dengan teman baru, membaca komentar dari selebriti ataupun tokoh masyarakat dan yang terakhir alasannya adalah untuk mencari hubungan romantis atau pasangan hidup (Smith, 2011).

Pada penggunaan media sosial ini ternyata gender adalah satu-satunya variabel demografi yang sangat signifikan berpengaruh dalam penggunaan media sosial, karena ada beberapa perbedaan antara pengguna media sosial laki-laki dan perempuan. Perempuan lebih menyukai untuk memiliki profil pribadi di facebook dibandingkan pria yang lebih menyukai LinkedIn (Lenhart et al, 2010). Selanjutnya, perempuan melakukan empat sampai lima kali lebih banyak waktu untuk menggunakan media sosial dibandingkan dengan pria (Tufekci, 2008). Selain itu, Sheldon (2008) menemukan bahwa pe-

empuan lebih menyukai media sosial untuk menjalin hubungan dengan keluarga dan teman-teman, melewatkan waktu, hiburan, akan tetapi pria lebih menyukai menggunakan media sosial untuk bertemu dengan orang baru. Perempuan yang kuliah juga lebih menyukai menggunakan internet untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan, seperti menghubungi teman-teman, keluarga, dan pasangannya (Baym, Zhang, Kunkel, Ledbetter, & Mei-Chen, 2007). Pengalaman pendidikan dari pria dan wanita juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi penggunaan media sosial. Pria dan wanita yang mendapatkan pendidikan tinggi akan lebih menyukai menggunakan media sosial dalam menunjang aktivitasnya setiap hari (Lenhart et al, 2010, dalam Sponcil & Gitimu, 2014).

Sehubungan dengan identitas diri, ternyata perempuan yang menggunakan media sosial yang merupakan media baru belum cukup membantu perempuan dalam meningkatkan keberaniannya menampilkan identitas diri. Hal ini terlihat dari masih ditemukannya perempuan yang nyaman dengan mengidentifikasi dirinya terkait identitas terberi. Walau tak dipungkiri, memang telah ditemukan pula perempuan yang berani menunjukkan prestasi dan kompetensinya sebagai pembentuk utama identitasnya. Secara Keseluruhan menunjukkan bahwa tampilan identitas perempuan dalam media sosial (dalam hal ini facebook) begitu kompleks. Ada yang menunjukkan *muted identity*, ada yang mengalami *gender trouble*, hingga ada yang secara sadar mengelola tampilan identitasnya sesuai yang diinginkan atau melakukan *play identity* (Watie, 2013).

### **Dampak Media Sosial bagi Perempuan**

Perempuan adalah bagian dari masyarakat. Mereka menginginkan untuk dapat akses informasi dan dapat mengatur sendiri media sosial yang dimilikinya. Melalui media sosial perempuan dapat melakukan berbagai hal yang dapat memberikan dampak kepada diri dan lingkungannya seperti misalnya:

#### *Bidang Ekonomi*

Perempuan dapat memanfaatkan media

sosial untuk berbisnis, misalnya berjualan, memperkenalkan dan menawarkan produk yang dihasilkannya. Media sosial menjadi wadah untuk komunikasi pemasarannya. Namun di lain pihak perempuan juga sangat mudah dipengaruhi oleh media sosial dalam hal berbelanja. Seperti yang diungkapkan Hanifa Ambadar, CEO Female Daily Network, dalam acara Startup Asia Jakarta 2014 bahwa sebesar 74% perempuan dipengaruhi oleh teman-teman mereka di media sosial dan forum, 64 persen perempuan dipengaruhi oleh ulasan di media online dan blog. Masih dari penelitian yang sama diketahui bahwa sebagian besar perempuan menggunakan media sosial untuk mengakses media sosial (88%), browsing (68%), membaca berita (68%), melihat video (62%) dan mengakses email (57%). Dari deskripsi tersebut jelaslah bahwa media sosial sangatlah berpengaruh terhadap perempuan dalam aktivitas berbelanja, hal ini dikarenakan karakteristik perempuan yang lebih sosial dan senang berbagi. Adapun barang yang dibeli melalui internet dan media sosial ini adalah produk kecantikan (80%), fashion (74%), aksesoris (49%) dan sepatu (36%) (<http://tekno.liputan6.com>).

Dari gambaran tersebut dapatlah dipahami bahwa perempuan telah menjadi target bagi pemasaran para produsen produk. Dengan memahami bagaimana perempuan memanfaatkan media sosial dalam kegiatannya setiap hari hal ini dapat dimanfaatkan oleh para produsen ataupun pemasar produk untuk mencapai target pasarnya yaitu kaum perempuan.

### *Bidang Politik*

Perkembangan media sosial yang sangat cepat, menjadikannya hal yang penting dalam mempengaruhi masyarakat, adalah merupakan bagian dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu bidang yang sangat dipengaruhi oleh keberadaan media sosial ini adalah politik. Media sosial mempunyai peranan penting dalam dalam bidang politik karena dapat menjadi alat untuk memenangkan suatu pemilihan dari sebuah partai, presiden, kepala daerah dan lain sebagainya. Keberhasilan Barack Obama pada

tahun 2008 memenangkan kursi presiden Amerika Serikat adalah salah satu bukti bagaimana media sosial mempunyai pengaruh di bidang politik. Demikian pula yang terjadi pada Pemilu di Indonesia pada tahun 2014, media sosial menjadi media komunikasi yang penting untuk dapat menggiring opini masyarakat sebagai pemilih kepada pemenang salah satu calon presiden.

Dalam bidang politik perempuan juga telah melihat celah yang sangat efektif untuk dapat menyalurkan aspirasinya. Melalui media sosial kaum perempuan dapat menyalurkan apa yang menjadi pendapatnya atas situasi politik di tempat mereka tinggal. Hal ini dapat dilihat pada revolusi yang terjadi di negara-negara Arab atau dikenal The Arab Spring. Banyak perempuan Arab yang menjadi aktif pada beberapa waktu belakangan ini yang telah menjadi salah satu faktor pencetus terjadinya Arab Spring di beberapa negara Arab seperti Tunisia dan Mesir. Dari sebuah penelitian yang dilakukan oleh The Dubai School of Government pada dua puluh dua negara Arab diketahui bahwa media sosial mempunyai peranan penting dalam mobilisasi para perempuan Arab selama masa Arab Spring tersebut. Media sosial memberikan kesempatan kepada perempuan Arab untuk mengambil bagian dalam mewujudkan sebuah kepemimpinan yang baru dengan memanfaatkan jaringan sosial dan koneksifitasnya (Retta, 2013).

Dari pemanfaatan media sosial terbentuklah kelompok-kelompok dimana para perempuan Arab tersebut berani melakukan aksi protes dengan menyatakan pendapat dan tuntutan mereka. Adapun yang menjadi tuntutan mereka adalah berkaitan dengan demokrasi, hak untuk berperan serta dalam pemilu yang bebas dan terbuka, dan menentang penguasa yang diktator di negaranya. Peran media sosial pada peristiwa revolusi di negara-negara Arab tersebut adalah merupakan saluran komunikasi politik yang cukup efektif, seperti yang dideskripsikan oleh Langlois, Elmer, McKelvey & Devereaux (2009) bahwa dalam waktu yang sangat singkat facebook sebagai media sosial menjadi media yang sangat penting bagi para politisi maupun masyarakat Arab untuk dapat berdialog dan men-

dapatkan informasi atas isu-isu yang menjadi perhatian masyarakat dan mempengaruhi pembuatan kebijakan publik.

### *Dampak Psikologis*

Sejak keberadaan media sosial beberapa tahun silam, tidak jarang membuat pening penggunaannya, terutama perempuan. Banyak kasus yang berasal dari media sosial seperti Facebook menimbulkan keresahan di kehidupan nyata seperti diputus pertemanan di Facebook, di-bully di Twitter dan banyak lainnya. Dan yang lebih membuat kekhawatiran dan penilaian yang negatif terhadap media sosial adalah adanya wacana yang menyebutkan bahwa tidak sedikit peristiwa pemerkosaan yang dialami perempuan ternyata berawal dari pengenalan melalui jejaring media sosial facebook.

Meskipun demikian survei terbaru menemukan bahwa wanita yang sering menggunakan media sosial bersama dengan teknologi lainnya untuk berhubungan dengan teman dan keluarga merasakan lebih sedikit stres dibandingkan perempuan yang kurang menggunakannya. Pernyataan ini merupakan hasil dari sebuah penelitian yang dilakukan oleh seorang profesor bidang komunikasi dari Rutgers University di New Jersey, yaitu Keith Hampton. Keith Hampton bersama dengan beberapa koleganya yang bekerja sama dengan Pew Research Centre mencoba membuktikan tentang asumsi umum bahwa media sosial dan teknologi komunikasi dapat meningkatkan stress. Oleh karena itu dilakukanlah penelitian terhadap 1801 orang dengan menggunakan Perceived Stress Scale (PSS), yaitu sebuah instrumen yang digunakan untuk mengukur bagaimana orang melihat stress dalam kehidupannya sehari-hari.

Secara keseluruhan diketahui bahwa tidak ada korelasi antara frekuensi penggunaan media sosial dan stress pada laki-laki. Sementara itu pada perempuan penggunaan beberapa teknologi komunikasi dapat menurunkan tingkat stress. Poin penting yang dapat dipetik dari penelitian tersebut adalah tindakan untuk berbagai peristiwa baik yang bersifat positif ataupun negatif

memiliki hubungan dengan emosi yang stabil dan perempuan cenderung untuk berbagi ekspresi perasaannya dengan berbagai orang dibandingkan dengan laki-laki. Dengan kata lain dapat diketahui bahwa perempuan ternyata lebih baik dari pria dalam hal menggunakan media sosial untuk kesehatan secara psikologinya dengan cara berbagi melalui e-mail, mengirim pesan dan gambar dari peristiwa yang dialami dan mengekspresikan perasaan melalui berbagai media sosial. Melalui penelitian tersebut juga diketahui bahwa perempuan yang menggunakan media sosial dan teknologi komunikasi lainnya akan memiliki tingkat stress yang lebih rendah dibandingkan dengan perempuan yang tidak menggunakannya sama sekali (Hampton, 2015).

Keberadaan media sosial bagi perempuan ternyata memberikan dampak yang signifikan dalam kehidupannya. Media sosial yang memiliki karakteristik partisipasi mendorong kontribusi dan umpan balik dari penggunaannya telah memberikan peluang kepada kaum perempuan untuk lebih aktif menggunakan media sosial, yang mana sebelumnya pada media mainstream perempuan tidaklah mendapat peranan yang lebih besar, dimana perempuan hanya dijadikan objek untuk memenuhi kepentingan pemilik modal. Pada media sosial perempuan lebih leluasa menyalurkan inspirasi dan aspirasinya seperti pada bidang politik maupun ekonomi. Melalui media sosial ini perempuan lebih leluasa untuk saling terlibat dalam memberikan ide, data dan sebagainya sehingga memberikan kesempatan pada perempuan-perempuan Arab untuk berpartisipasi dalam The Arab Spring yang merupakan revolusi di negara-negara Arab untuk mewujudkan perubahan yang lebih baik bagi negaranya. Selain di bidang politik, media sosial juga dapat dimanfaatkan oleh perempuan untuk mengembangkan bisnis ataupun usaha yang dimilikinya.

Selanjutnya melalui karakteristik keterbukaan (*openess*) media sosial telah menjadi media yang paling disukai perempuan untuk dapat berpartisipasi dan memberikan umpan balik tanpa banyak halangan untuk mengakses informasi atau memberikan komentar. Hal ini tentu saja sangat berbeda dengan media mainstream,

dimana media tersebut cenderung bersifat satu arah walaupun dengan perkembangan teknologi pada saat ini memungkinkan audiens untuk memberi tanggapan, namun masih terbatas. Sementara itu pada media sosial kaum perempuan sangatlah leluasa untuk melakukan komunikasi dua arah (percakapan/*conversation*). Dengan demikian perempuan juga mudah untuk melakukan pengungkapan diri (*self disclosure*) dengan teman-temannya. Oleh karena itu, hal ini dapat mengurangi tingkat stress pada perempuan. Dari karakteristik *openness* dan *conversation* media sosial tersebut dapatlah dipahami bahwa media sosial adalah media yang kaya jika dilihat dari kekayaan medianya (*media richness*), karena media sosial memberikan kemudahan komunikasi timbal balik atau adanya *feedback* yang segera sehingga komunikasi bisa berjalan efektif.

Hal ini juga didukung oleh karakteristik media sosial selanjutnya, yaitu saling keterhubungan (*connectedness*) dan komunitas (*community*) dimana melalui media sosial kaum perempuan dapat bertemu dengan teman, kolega maupun saudara serta membuat komunitas yang dapat memberikan dampak positif kepada perempuan tersebut dalam hidupnya. Namun hal ini dapat terwujud dengan catatan perempuan harus bijak dalam pemanfaatan media sosial tersebut, atau dengan kata lain perempuan juga harus melek terhadap media sosial. Seperti dipahami bersama teknologi baru termasuk media sosial tersebut adalah seperti dua mata pisau dimana jika salah dalam menggunakan kedua sisinya maka media tersebut akan tidak bermanfaat bahkan dapat merusak. Tapi jika kedua sisi pisau tersebut dapat digunakan dengan bijak maka akan memberikan manfaat yang besar bagi penggunaannya.

## SIMPULAN

Keberadaan media sosial sangatlah memberikan dampak yang cukup besar bagi perempuan. Melalui media sosial perempuan dapat lebih leluasa mengekspresikan dirinya dan berpartisipasi lebih aktif baik itu di dunia bisnis (ekonomi), bidang politik maupun dampak psikologi

yang dirasakannya. Hal ini tentu saja berkaitan dengan karakteristik dari media sosial itu sendiri, yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan keterhubungan yang memberikan peluang kepada perempuan lebih aktif menggunakan media sosial tersebut. Kesempatan ini tidaklah dapat ditemukan kaum perempuan pada media massa (*mainstream*) yang terlebih dulu ada. Keberadaan media sosial ini juga menuntut kaum perempuan untuk dapat lebih bijak dalam penggunaannya agar mendapatkan manfaat yang maksimal.

## DAFTAR RUJUKAN

- Barger, Christopher, 2012, *The Social Media Strategies: Built a Successful Program The Inside Out*, McGraw-Hill
- Chan-Olmsted, Sylvia M., Moonhee Cho dan Sangwon Lee, *User Perceptions of Social Media: A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media*, Online Journal of Communication and Media Technologies Volume: 3 – Issue: 4 – October – 2013
- Daraha, Kanlaya, 2013, *The effect of the internet use on high school student: A case study of Patani Province of Thailand*, Procedia Social and Behavioral Sciences, www.sciencedirect.com
- Devito, Joseph A, 2011, *Komunikasi Antar Manusia*, Kharisma Publishing Group.
- Eni Maryani dan Hadi Suprpto Arifin, *Konstruksi Identitas Melalui Media Sosial*, Journal of Communication Studies, Vol. 1 No. 1, Desember 2012, Jurnal fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran
- Errika Dwi Setya Watie, 2013, *Identitas perempuan Dalam New Media (Studi Kasus Identitas Perempuan Karier Dalam Jejaring Sosial Facebook)*, Tesis, Universitas Sebelas Maret.
- Hampton, Keith, Lee Rainie, dkk, *Social Media and The Cost of Caring*, www.Pewinternet.org, 15 Januari 2015

- Ibrahim, Marwah Daud, 1998, *Perempuan dan Komunikasi, Beberapa Catatan Sekitar Perempuan dalam Media; Wanita dan Media*, Remaja Rosda Karya Bandung.
- Jacka, J. Mike, Peter R. Scott, 2011, *Auditing Social Media; A Governance and Risk Guide*. The Institute of Internal Auditors, Research Foundation
- Junaidi, 2006, *Pasar, Media dan Perempuan (The Phenomenon of Consumptive Society)*, Jurnal Puanri, Pusdatin Puanri, Pekanbaru.
- Kaplan, Andreas M. , Michael Haenlein, 2010, *Users of the world, unite! The challenges and Opportunities of Social Media*, Kelley school of business, Indiana University
- Lui, X. & LaRose, R. (2008). Does using the internet make people more satisfied with their lives? The effects of the internet on college students' school life satisfaction. *CyberPsychology & Behavior*, 11(3), 310-320. doi: 10.1089/cpb.2007.0040
- Mayfield, A. (2008). *What is social media? iCrossing*. Retrieved August 25, 2009, [www.icrossing.co.uk/.../What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/.../What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf)
- McIntyre, Karen, *The Evolution of Social Media from 1969 to 2013: A Change in Competition and a Trend Toward Complementary, Niche Sites*, The Journal of Social Media in Society 3(2), Fall 2014
- Muzakkar, Abdullah, 2006, *Media Massa dan Kekerasan pada Perempuan*, Jurnal Puanri, Pusdatin Puanri, Pekanbaru.
- Newsom, Victoria A., Lara Lengel, *Arab Women, Social Media, and the Arab Spring: Applying the framework of digital reflexivity to analyze gender and online activism*. Journal of International Women's Studies, Volume 13 Issue 5 Arab Women Arab Spring, Okt 2012.
- Retta, Julia, *Consequences of The Arab Spring For Women's Political Participation*, Journal Of Women and Human Rights in The Middle East, A Change of Seasons For Arab Women., Issu 1, Fall 2013.
- Rizal, Veby Zilfania, 2014, *Pengaruh Social Media Marketing Twitter Terhadap Terbentuknya Brand Image Restoran Burger Gaboh Pekanbaru*, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau, Pekanbaru
- Smith, Aaron, *Why Americans Use Social Media*, 15 Nov 2011, Pew Research Centre, Internet Science & Tech, [www.pewinternet.org](http://www.pewinternet.org), diakses 2 Feb 2015
- Sponcil, Megan & Priscilla Gitimu, 2014, *Use of social media by college students: Relationship to communication and self-concept*, Journal of Technology Research
- Suomen Toivo -Think Tank, 2012, *Social Media - The New Power Of Political Influence*, Central For European Studies [www.pewinternet.org](http://www.pewinternet.org), Social Networking Fact Sheet, 2014
- <http://tekno.liputan6.com>, Nov 28, 2014 at 16:03WIB/read/2139957/74-perempuan-dipengaruhi-media-sosial-saat-berbelanja/Andina Librianty
- <http://www.jurnalperempuan.org/pemeriksaan-bermula-dari-jejaring-sosial-dan-pembunuhan-perempuan-atas-alasan-pribadi.html>, 2013