



MEDIA DAN DINAMIKA SOSIAL POLITIK INDONESIA



Editor: Edi Santoso



WRS

MEDIA DAN DINAMIKA SOSIAL POLITIK INDONESIA

Editor:
Edi Santoso

Diterbitkan oleh:

FISIP Universitas Jenderal Soedirman
bekerjsama dengan:
Yayasan Literasi Bangsa

Media dan Dinamika Sosial Politik Indonesia

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Right Reserved

Cetakan Pertama, 2018

ISBN : 978-602-7369-07-8

PENULIS :

- Adi Permana Sidik, Nunung Sanusi
- AG. Eka Wenats Wuryanta
- Aliyah Nur'aini Hanum, Tri Urada
- Ariesta Amanda
- Denada Faraswacyen, Asep Miftahuddin
- Desideria Lumongga Dwiheadiah
- Dwi Ariyanti, Dyah Mentari Putri, Susi Dhewi Harum
- Dyna Herlina S, Benni Setiawan, Siti Machmiyah
- Edi Santoso
- Eko Hero, Fatmawati
- Kartika Parhusip, Heppy Haloho
- Kinkin Yuliaty Subarsa Putri-, Elisabeth Nugrahaeni P, Dini Safirti
- Maulana Rifai
- Mite Setiansah
- Ocvita Ardhiani, Paujiatul Arifah, Wahyuni Choiriyati, Fikri S.Akbar
- Rahman Asri
- Setyasih Harini
- Vera Wijayanti Sutjipto, Maulina Larsati, Marisa Puspita Sary
- Wahyu Eka Putri, Eriyanto

EDITOR : Edi Santoso

REVIEWER : Agung Noegroho, Tyas Retno Wulan, Hariyadi, Nanang Martono,
Lutfi Makhasin, Alizar Isna, Wahyuningrat, Ayusia Shabita Kusuma, Elpeni
Fitrah, Agus Haryanto, S. Bektu Istiyanto

DESAIN SAMPUL & TATA LETAK : B. Satria

PENERBIT:

FISIP Universitas Jenderal Soedirman

bekerjasama dengan:

Yayasan Literasi Bangsa

Jl Brigjen Encung, Gg. Karang Indah 2 No 6 Purwokerto

www.literasibangsa.org

KATA PENGANTAR.....	iii
BAGIAN 1. MEDIA, IDENTITAS, DAN KONFLIK SOSIAL	
Ideologi dan Kekuasaan dalam Kampanye Anti Ketakutan di Media Sosial (Studi Pada Penyebaran Tagar Kami Tidak Takut, Kami Bersama Polisi di Antara Pengguna Facebook)	3
<i>The Power Of Emak-Emak: Politik Identitas Ibu Rumah Tangga di Era Digital</i>	25
Pesan Kebencian Di Media Sosial (Analisis Isi Perbincangan di Facebook dan Twitter Seputar Isu PKI dan Wahabi)	39
Melawan Arus Budaya Media: Resistensi Media Alternatif Berbasis Islam 'Ummat TV.....	57
<i>Post-Truth, Cyber Identity Dan Defisit Demokrasi (Wacana Lacanian Atas Kecenderungan -Problematika Identitas Dan Konsolidasi Demokrasi dalam Masyarakat Informasi Indonesia)</i>	73
BAGIAN 2. POLITIK DI MEDIA SOSIAL	
<i>Re-Branding Personal Anies Baswedan di Kalangan Pemilih Pemula</i>	93
<i>Rock The Vote Indonesia: Pemanfaatan Social Media dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Muda pada Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018</i>	111
<i>Political Branding Melalui Video Blog Presiden Joko Widodo (Analisis Multimodality Pada Video Blog Jokowi dengan Tema Rakyat)</i>	127
BAGIAN 3. MEDIA BARU DAN GENERASI MILENIAL	
<i>Self Image Remaja tentang Cantik Melalui Self Portrait Di Instagram"</i>	147
Media, Budaya, & Politik Di Era Milenial (Generasi Milenial Harus Peduli Media Sebagai Arus Informasi Utama Dalam Budaya)	159
Memanfaatkan Teknologi Komunikasi Berbasis Kearifan Lokal Bagi Remaja Perempuan Generasi Milenial	167

BAGIAN 4. KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA BARU

Pola Komunikasi Mahasiswa di Media Sosial (Studi Etnografi Komunikasi pada Mahasiswa USB YPKP)	183
Pola Komunikasi Tutor dan Siswa Melalui Whatsapp dalam Program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C	191
Identifikasi Jiwa Wirausaha Melalui Pemanfaatan <i>Media Online</i> pada Mahasiswa	205

BAGIAN 5. DINAMIKA LITERASI MEDIA

Gambaran Kemampuan Literasi Media Mahasiswa Program Studi Humas Universitas Negeri Jakarta dalam Menerima Informasi Melalui Sosial Media	217
Literasi Media Baru dan Budaya Baru di Masyarakat Indonesia	229
Literasi Digital di Sekolah Dasar (Studi Kasus 4 SD Swasta di KotYogyakarta)	237

THE POWER OF EMAK-EMAK: POLITIK IDENTITAS IBU RUMAH TANGGA DI ERA DIGITAL

Mite Setiansah & Nana Sutikna

Pendahuluan

Berdasarkan data Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143.260.000 orang atau 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia yaitu, 262.000.000 orang. Jumlah pengguna internet di tanah air memang selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Tahun 1998 ketika internet mulai masuk ke ruang-ruang publik, pengguna internet Indonesia masih sekitar setengah juta orang saja. Tidak mencapai 20 tahun jumlah tersebut sudah meningkat hampir tiga ratus kali lipat.

Fakta yang juga mencuat adalah bahwa dari jumlah 143, 26 juta orang pengguna internet tersebut, 48,57% di antaranya atau 69.581.382 orang adalah perempuan. Hal itu berarti bahwa relasi perempuan dengan teknologi internet khususnya, sudah hampir seimbang dengan laki-laki. Kehadiran internet dan teknologi digital telah mengubah citra teknologi yang sebelumnya dianggap sebagai *property* laki-laki menjadi sangat ramah terhadap perempuan (*women friendly*).

Keramahan teknologi digital terhadap perempuan tidak hanya membuat perempuan akrab dengan internet namun bahkan menjadi sangat lekat. Perempuan tidak hanya membangun kultur baru dalam relasinya dengan teknologi digital bahkan juga membangun sosok baru tentang identitas keperempuanan mereka.

Dua puluh tahun lalu, tidak pernah terbersit dalam pikiran bahwa suatu saat kita akan melihat atau mendengar *curhatan* seorang istri tentang suaminya di media sosial. Sesuatu yang sebelumnya hanya dijadikan bahan omelan di dalam dinding rumah atau dituangkan dalam diary atau dalam obrolan bisik-bisik dengan tetangga, kini bisa disaksikan jutaan orang di media sosial. Video viral tentang Bu Dendy dan Mpok Alfa adalah sedikit saja dari sekian perilaku perempuan era digital yang kini sering disebut sebagai emak-emak zaman *now*.

Menyebut seorang perempuan dengan istilah emak-emak terasa berbeda dibanding menyebut sosok yang sama dengan panggilan ibu. Emak adalah

terma yang sebelumnya sudah mulai ditinggalkan karena dianggap sudah kuno. Namun kini justru menjadi *hits* lagi dalam makna yang cenderung berbeda. Perempuan membahasakan istilah emak seolah ingin membangun identitas diri bahwa mereka bukanlah ibu-ibu rumah tangga biasa. Mereka adalah sosok berbeda yang tidak hanya menerima, pasif, tidak berdaya, dan bahkan tidak bergaya sebagaimana identik dengan makna ibu, yang selama ini dipahami sebagai konstruksi dominan.

Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi politik identitas yang dilakukan ibu rumah tangga (emak-emak) di era digital. Secara lebih rinci, masalah penelitian dirumuskan dalam beberapa pertanyaan berikut: Bagaimana ibu rumah tangga memaknai konsep emak dan ibu? Bagaimana media digital memberikan kekuatan dan keberdayaan (*empowering*) kepada ibu rumah tangga? Bagaimana praktek politik identitas dilakukan oleh ibu rumah tangga melalui media digital?

Metode Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi terhadap akun media sosial *facebook* yang dimiliki oleh lima orang perempuan (Lies, Kiki, Titin, Yanti, Lois) yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Di samping itu, data juga dikumpulkan melalui wawancara dengan informan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data interaktif. Validitas data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi sumber.

Tinjauan Pustaka

Relasi Perempuan dan Teknologi Digital

Dalam sejarah perkembangan manusia, alat atau mesin seringkali diposisikan sebagai penanda kemanusiaan yang membedakannya dengan tumbuhan dan hewan. Alat kemudian menempatkan manusia sebagai superior. Alat digunakan manusia untuk berburu, untuk bercocok tanam, untuk melindungi diri dari hewan buas dan beragam aktivitas lain yang pada umumnya dilakukan laki-laki dan kemudian diklaim sebagai peran produktif. Sementara perempuan lebih banyak berada di rumah dengan tugas mengurus rumah, hamil, melahirkan, dan merawat anak-anak.

Terkait dengan kondisi tersebut Lorber mengutip Mencher (dalam Ore, 2003: 102) menyebutkan bahwa, *"Wherever a task is done by women it is considered easy, and where it is done by [men] it is considered difficult."* Teknologi hadir sebagai instrument yang membantu laki-laki untuk mengerjakan tugas-tugasnya yang sulit, yaitu mengeksplorasi dan bahkan merusak alam. Sementara pekerjaan perempuan adalah pekerjaan yang mudah dan tidak memerlukan teknologi. *"A house, a household, housework and home life: this is not the scenario that is spontaneously evoked by word technology"* (Cockburn, 1997: 361). Pandangan yang membuat perempuan kemudian teralienasi dari teknologi.

Namun sebagaimana relasi gender antara laki-laki dan perempuan yang kini telah bergeser serta batasan ruang domestik dan publik yang semakin kabur, relasi perempuan dan teknologi juga mengalami perubahan. Kehadiran internet dan teknologi digital telah mengkonstruksi relasi baru antara perempuan dan teknologi. Perempuan tidak hanya mampu mengakses teknologi namun juga mampu menggunakannya sebagai alat perjuangan gendernya, sebagai media transformasi dan pemberdayaan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Donna Haraway (dalam Ganito, 2012: 80) bahwa, *"technology can empower women, or at least allow of gender transformation."*

Politik Identitas

Secara sederhana identitas dapat dipahami sebagai penanda tentang siapa diri seseorang. Identitas akan menentukan bagaimana seseorang berperilaku dan diperlakukan. Dengan demikian meskipun terdapat sejumlah klaim bahwa identitas adalah sesuatu yang stabil, namun faktanya identitas seseorang seringkali tidak tunggal. Setiap konteks akan menuntut seseorang untuk berperilaku sesuai dengan konteksnya, yang berarti pula akan menuntut seseorang untuk menyesuaikan identitasnya. *"All identities depend on exclusion, on 'othernesses. Who we are is defined by who we are not."* (Hall dalam Bell, 2001: 117). Pada titik ini, tampak bahwa identitas bukanlah sesuatu yang sifatnya terberi (*given*) melainkan dikonstruksi secara sosial sesuai dengan konteks dan relasi yang terjadi dalam interaksi yang ada.

Konstruksi sosial identitas akan selalu terkait dengan relasi kekuasaan. Terkait dengan hal tersebut, Castells (2010: 7-8) menyebutkan

adanya tiga bentuk dan asal mula identitas. Pertama adalah *legitimizing identity*, yaitu identitas yang diperkenalkan oleh institusi dominan kepada masyarakat untuk memperluas dan merasionalisasi dominasi mereka. Bentuk identitas kedua adalah, *resistance identity*. Identitas resisten ini dihasillkan oleh mereka yang posisinya direndahkan atau distigmatisasi oleh logika dominan yang kemudian membangun perlawanan dan pertahanan yang berbasis pada prinsip berbeda dari atau berlawanan dengan mereka yang membentuk institusi sosial itu. Bentuk identitas ketiga yang diajukan Castells adalah *project identity*. Identitas ini terbentuk ketika para pelaku sosial berdasarkan material budaya yang mereka miliki kemudian membangun identitas baru yang mendefinisikan ulang posisi mereka di masyarakat. Bentuk identitas kedua yang disebutkan Castells di atas kemudian diakui oleh para ilmuwan sebagai wujud politik identitas.

Politik identitas juga sering dipahami sebagai biopolitik yang berbicara tentang satu kelompok yang diidentikkan oleh karakter biologis atau tujuan-tujuan biologisnya dari suatu titik pandang, sebagai contoh adalah politik ras dan politik gender (Hellner dalam Abdillah, 2002: 42). Politik identitas telah memposisikan kelompok-kelompok tertentu dalam relasi kuasa berdasarkan identitas yang dimiliki oleh masing-masing kelompok. Perbedaan yang dimiliki oleh kelompok etnik atau ras tertentu misalnya membuat mereka mendapat perlakuan yang berbeda juga. Untuk bisa memperoleh identitas sebagaimana yang diharapkan, kelompok-kelompok subordinat termasuk peempuan kemudian melakukan resistensi atas identitas yang diberikan kepada mereka.

Era Digital dan Identitas yang Cair

Teknologi telah mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Hal itu dijelaskan melalui pendekatan determinisme yang mengatakan bahwa ada relasi satu arah antara mesin/ teknologi dengan orang/ masyarakat. Jika teknologi berubah maka masyarakat ikut berubah atau ikut terpengaruh. Kehadiran sebuah teknologi baru akan pula diikuti oleh terbentuknya kultur baru di kalangan masyarakat penggunanya. Berdasarkan perkembangan teknologi tersebut, McLuhan membagi sejarah manusia menjadi empat periode, yakni masa masyarakat suku (*tribal age*), masyarakat beraksara (*literate age*), masa cetak (*print age*), dan era elektronik (*electronic age*) (Griffin, 2003: 342). Era

elektronik bagi sebagian orang dibatasi pada era dimana media audio visual berkembang di masyarakat, sehingga dengan demikian kini era tersebut bahkan sudah lewat dan berganti dengan era digital (*digital age*) dengan kultur baru yang khas.

Pada era digital, orang dipertemukan dan melakukan komunikasi dimediasi oleh komputer (*computer mediated communication*) yang terkoneksi melalui jaringan internet. Ketika seseorang melakukan *log in* ke jaringan tersebut maka mereka memasuki sebuah ruang virtual (*cyberspace*) yang didalamnya apapun bisa terjadi. Di ruang itu pula setiap orang bisa menjadi apa atau siapa saja (*fluid identity*). Terkait dengan hal tersebut, Sherry Turkle dalam bukunya *Life on The Screen: Identity in the Age of The Internet* mengatakan bahwa, "*the computer profoundly shapes our ways of thinking and feeling, how idea carried by technology are reshaped by people for their own purposes, how computers are not just changing our lives but changing our selves*" (Turkle, dalam Trend, 2001: 236). Kehadiran komputer tidak hanya mengubah hidup kita bahkan juga mengubah diri kita. Lebih jauh Laurent Lesnard (2005) menyatakan bahwa, "*The arrival of this information age is supposed to disrupt the previous forms of inequalities and of social organization but also to remodel identities.*"

Hasil dan Pembahasan

Ibu dan Emak Zaman *Now*: Serupa Tapi Tak Sama

Sebutan emak zaman *now* bahkan sebutan emak itu sendiri, baru mulai banyak digunakan sekitar dua atau tiga tahun terakhir. Ketika beragam representasi dan ekspresi tentang perempuan menikah dan memiliki anak bermunculan di media sosial. Mulai dari beragam *meme* tentang emak-emak berdaster hingga video viral tentang Mpok Alfa dan Bu Dendy. Ketika dipertanyakan kepada para informan tentang siapa ibu dan siapa emak, jawaban yang diberikan hampir serupa. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

Ibu itu perempuan yang sudah menikah dan sudah punya anak...*kalo* emak zaman *now* itu emak yang kekinian, *gak* kudet¹ tapi updet² gitu lah teh... Tapi kalo dilihat dari beberapa video seperti sosok Mpok Alfa atau Bu Dendy, sebutan ibu seperti mengalami peyorasi ya dengan sebutan emak zaman *now*...jadi beda dengan makna ibu. (Kiki, 30 tahun, D4 Kebidanan, ibu rumah tangga dengan dua anak)

Emak zaman now itu emak yang mandiri tanpa mengandalkan orang lain dalam hal apapun..selagi bisa. Emak *yaa* hampir sama dengan ibu...tapi sepertinya ibu lebih tinggi lagi jabatannya dari emak..*haha...* karena *kok* saya merasa jadi emak tapi belum bisa jadi ibu..*haha..* ibu itu *kayak* lebih bisa lagi dalam banyak hal..lebih sabar lagi dalam banyak masalah..dan lebih dewasa lagi dalam mengambil keputusan. Sebenarnya *kalo* dari artinya sama *yaa...*Cuma itu, istilah emak baru muncul sekarang-sekarang jadi kesannya lebih mencerminkan ibu-ibu sekarang. Seperti seorang emak *gak* harus bisa masak tapi ibu pasti bisa masak. Seorang emak masih butuh jalan-jalan atau ketemu temen-temennya *kalo* seorang ibu *kayaknya udah* tidak perlu itu. (Titin, 30 tahun, S1 Matematika, Ibu Rumah Tangga)

Pendapat kedua informan tersebut di atas jelas sekali menunjukkan bahwa sebuah emak atau emak zaman *now* adalah sebuah bentuk resistensi terhadap makna ibu yang menjadi konstruksi sosial dominan yang ada sebelumnya. Istilah ibu dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai wanita yang telah melahirkan seseorang; *mak*; sebutan untuk wanita yang sudah bersuami; panggilan yang takzim kepada wanita baik yang sudah bersuami maupun yang belum. Dalam kamus yang sama, ibu sebagai kata benda diterjemahkan dan dituliskan secara berurutan dengan kata /*ke i bu an*/ sebagai kata sifat dari ibu yang didefinisikan sebagai bersifat seperti ibu (lemah lembut, penuh kasih sayang, dan sebagainya); kewanitaan (<https://kbbi.web.id/ibu>).

Sementara itu di dalam kamus yang sama tidak ditemukan kosakata *emak*. Istilah yang mendekati adalah *mak* yang berarti orang tua perempuan; ibu atau sebutan kepada orang perempuan yang patut disebut ibu atau dianggap sepadan dengan ibu (<https://kbbi.web.id/mak>). Kosakata emak ditemukan dalam kamus Bahasa Sunda dimana *mak*, *emak* atau panggilan *ema* merupakan panggilan halus kepada ibu (*indung*) (<https://www.kamusdaerah.com>). Dengan demikian, secara harfiah, makna ibu dan emak sesungguhnya tidak berbeda.

Definisi yang termuat dalam kamus tersebut secara eksplisit didominasi oleh stereotype gender yang sangat mapan. *Stereotype* yang secara artifisial tampak seolah memuja perempuan karena diidentikkan dengan semua atribut positif tentang sosok seorang ibu. Namun disisi lain,

stereotype itu telah memberikan beban tersendiri bagi perempuan yang merasa dirinya belum mampu atau tidak memiliki atribut yang memenuhi kriteria ideal menurut masyarakat tersebut.

Atribut-atribut mulia tentang sosok ibu akan banyak bertebaran di media sosial setiap kali menjelang hari ibu. Impian, harapan, alam bawah sadar atau apapun namanya tentang gambaran seorang ibu yang mulia telah menjadi semacam *doxa*³ yang mudah ditemukan pada saat-saat seperti itu. Beberapa di antaranya bisa berbunyi sebagai berikut:

Ibu (kata benda); Seorang yang memberikan waktu 24 jam sehari tanpa meminta bayaran.

Ibu (kata kerja) mencintai, mengayomi, melindungi, mendidik, membimbing, memberi kenyamanan, memelihara, mendukung, merangkul, menghargai, menyemangati, dll.

"Ibu adalah seseorang yang bisa mengambil tempat siapapun tetapi tempatnya tidak bisa tergantikan siapapun."

"Rumah adalah tempat di mana ibu berada."

Membaca definisi tentang ibu, tentu saja semua ibu akan merasa tersanjung namun di sisi lain tersirat makna betapa beratnya beban menjadi seorang ibu. Maka mudah dipahami jika kedua informan di atas dan mungkin jutaan ibu muda lain kemudian melakukan resistensi atas identitas ibu dan keibuan yang dikonstruksi dan diwariskan secara sosial dari generasi ke generasi. Mereka ibu, tetapi bukan ibu yang seperti disebutkan dalam kamus-kamus bahasa. Mereka adalah emak *zaman now*. Serupa tapi tak sama dengan ibu.

Internet dan Media Sosial: Kekuatan Digital Untuk Emak

Melintasi ruang dan waktu nilai-nilai sosial diwariskan dari generasi ke generasi, termasuk konstruksi sosial tentang bagaimana menjadi istri dan ibu. Barkow (dalam Cross, et.al., 2004: 37) mengatakan bahwa, "*Most cultures support and reinforce men for choosing women who are dependent, nurturing and willing to sacrifice for male defined goals*". Kebanyakan budaya masyarakat akan mendukung laki-laki untuk memilih perempuan yang tergantung, apa adanya dan mau mengorbankan diri untuk mendukung tujuan suaminya. Nilai-nilai demikian secara langsung ataupun tidak seringkali merepresi perempuan. Membuat suaranya tidak didengar, membuat gerak langkahnya menjadi terbatas, dan bahkan tidak memiliki kuasa atas tubuhnya sendiri karena dia harus selalu mengalah dan berkorban untuk tujuan atau kebahagiaan suami dan keluarga.

Kehadiran internet dan media sosial telah membukakan akses bagi perempuan untuk bersuara, untuk didengar, untuk dilihat bahkan untuk melakukan aktivitas yang selama ini terbatas oleh dinding ruang domestik menjadi jauh menembus ruang dan waktu. Seperti yang dikatakan oleh sejumlah informan berikut:

Media sosial buat saya awalnya hanya untuk menghilangkan kejenuhan di rumah, *gak* begitu penting. Tapi sekarang lain *dong*, dimanfaatkan untuk semaksimal mungkin silaturahmi dan berikhtiar. Hidup jadi lebih *amazing*, tidak monoton, tambah teman, tambah ilmu dan wawasan. Sebelum ada media sosial informasi dan teman terbatas. Contoh *kalo* ada penggalangan dana buat sosial pasti sangat terbatas di lingkungan keluarga atau daerah saja. Pengajian atau taklim pun terbatas. Setelah ada medsos, seolah tidak ada lagi batas ruang dan waktu, yang tadinya hanya di lingkungan terdekat bisa melintasi daerah, pulau, negara bahkan benua. IRT jadi lebih dapat berperan dalam beberapa hal, meski sambil diam di rumah (Lies, 42 tahun, Sarjana Ekonomi, Ibu Rumah Tangga).

Jadi IRT bukan cita-cita saya dulu tapi sekarang beda. Perkembangan teknologi jadi bisa memberi peluang IRT untuk bisnis online juga. Kalo cuma mengandalkan offline mungkin *gak* bisa sebesar sekarang. Benar-benar terbantu karena sosmed. Alhamdulillah rezeki itu peluang besarnya memang dari berdagang buktinya sekarang Allah kasih lebih dibanding waktu saya kerja kantor dulu. Sayang aja kalo sosmed tidak dimaksimalkan untuk cari uang, sehingga di rumah pun tetap bisa punya penghasilan (Yanti, 42 tahun, Sarjana Ekonomi, Ibu Rumah Tangga)

Kelima informan dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga. Kiki yang alumni kebidanan sebelumnya adalah juga seorang dosen. Keinginan untuk menjalani pengasuhan kedua balitanya secara langsung membuat Kiki memutuskan untuk menjadi ibu rumah tangga. Namun demikian bagi Kiki menjadi ibu rumah tangga tidak menjadikannya sosok tidak berdaya yang hanya diam di rumah bergantung pada suami. Kehadiran media sosial membuatnya bisa tetap melakukan dakwah, bisa mencari ilmu, bisa berbagi. Beranda *facebook*nya kerap kali diisi postingan tentang berbagai hal maupun isu keislaman. Bahkan Kiki pun sering

diundang mengisi kajian tentang perempuan dan kesehatan baik dalam forum kajian hingga ke radio siaran.

Informan kedua adalah Titin. Sebelumnya dia bekerja sebagai karyawan di perusahaan swasta. Bisnis *multilevel marketing* yang difasilitasi melalui media sosial membuatnya memutuskan untuk berhenti dan menjadi ibu rumah tangga. Aktivitasnya sekarang lebih banyak di rumah, melakukan promosi usaha di media sosial, membina member di WAG (*WhatsApp Group*) dan sesekali menemui member-membarnya termasuk mereka yang di luar kota. Penghasilan yang diperoleh Titin setelah memutuskan menjadi ibu rumah tangga dan berbisnis *online* di rumah bisa mencapai tujuh puluh juta rupiah per bulan.

Lies sebagai informan ketiga, sebagai ibu rumah tangga dia terbiasa dengan aktivitas memasak. Media sosial kemudian membantunya untuk menjalankan bisnis kuliner. Dia memproduksi aneka sambal botolan, jajanan dan bumbu khas Tasik yang kemudian dipasarkan melalui media sosial. Lies juga menggunakan media sosial untuk menggalang dana dan menyuarakan aspirasi politiknya. Sebagai putri seorang wartawan Lies memiliki minat yang cukup tinggi terhadap masalah politik. Masalah yang dulunya adalah domain laki-laki, kini juga menjadi isu yang familiar bagi perempuan.

Yanti, mantan karyawan bank perkreditan rakyat (BPR). Merasakan bahwa media sosial betul-betul telah membawa dia ke posisi yang justru lebih baik disbanding ketika masih berstatus pekerja kantoran. Dia bisa berada di rumah, mendampingi anak-anaknya sekaligus memiliki penghasilan yang justru jauh lebih besar daripada ketika dia masih bekerja di BPR.

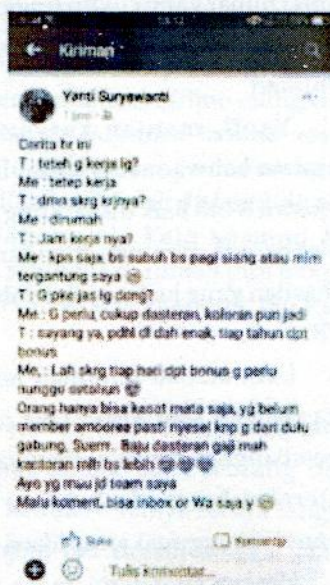
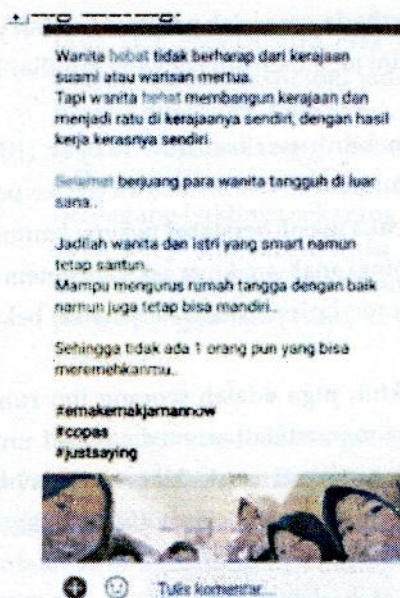
Lois, adalah informan terakhir, juga adalah seorang ibu rumah tangga dengan satu anak. Lois juga memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan bisnis onlinenya dan sebagai sarana hiburan. Lois biasa berinteraksi bercanda bahkan mengunggah video-videonya ketika bernyanyi menggunakan aplikasi *online*.

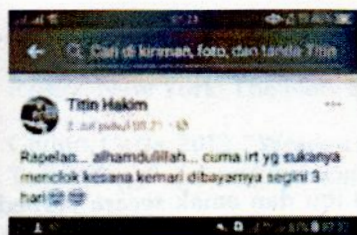
Hingga tataran ini, maka tidak berlebihan jika Hardey (2002:576) mengatakan bahwa, "*For some users and women in particular, the internet offers a space for emotional expression that is perceived to be unavailable in elsewhere*". Internet telah memberikan ruang berekspresi bagi perempuan yang sebelumnya tidak tersedia.

Menghadirkan Sosok Emak Baru: Politik Identitas Ibu Rumah Tangga

Konstruksi dominan tentang sosok ibu yang sempurna secara sosial pada akhirnya kerap melahirkan perlakuan diskriminatif, stereotype dan subordinatif kepada perempuan, khususnya ibu rumah tangga. Di sisi lain sebagaimana dikatakan oleh Foucault tentang kekuasaan yang produktif, *'Where there is power, there is resistance'* (Foucault, dalam Gauntlett, 2002: 120) maka dalam konteks ini, kondisi itu pun dapat ditemui dengan mudah. Kuasa wacana tentang ibu rumah tangga yang penuh dengan atribut normative kemudian menimbulkan perilaku resisten dari perempuan ibu rumah tangga sendiri. Mereka melakukan aktivitas politik identitas melalui beragam media sosial yang mereka miliki untuk menghadirkan sosok emak baru yang berbeda dengan sosok ibu konvensional.


Berikut adalah beberapa contoh postingan kelima informan di akun facebook mereka masing-masing.





Report - Rekap Bonus

Start date: 30-06-2018  2018-06-30

End date: 30-07-2018  2018-07-30


PKB	NSR	UHR	MR
144,000	176,300	12,174,200	2,600,000

No.	Tanggal	Jenis Bonus	Jumlah
1.	30-06-2018	Network Balance Bonus	2,600,000
2.	30-06-2018	Network Development Bonus	64,300
3.	30-06-2018	Spesial Leadership Bonus	301,000


Jika dicermati beragam bentuk representasi diri di atas tidak lain dari merupakan sebuah *performance* tentang bagaimana para ibu itu ingin dilihat. Terkait dengan hal tersebut Fiske mengatakan bahwa, "*Looking makes meanings; it is therefore a means of entering social relations, of inserting oneself into the social order in general and of controlling one's immediate social relations in particular*" (Fiske, 2000: 323). Penampilan akan memberikan makna yang kemudian akan menentukan bagaimana seseorang akan memasuki sebuah relasi sosial, bagaimana seseorang akan menempatkan diri dalam tatanan sosial secara umum dan mengontrol relasi sosialnya secara khusus.

Bagi para ibu rumah tangga, menampilkan performa yang berbeda tentang ibu dengan mengusung sosok baru yaitu *emak zaman now* dapat dikatakan juga sebagai upaya untuk menunjukkan kuasa mereka untuk menentukan sendiri dimana mereka ingin diposisikan dalam masyarakat, *the power of emak-emak*.

Perempuan, dijelaskan Fiske selalu memiliki kemampuan (*power*) menghadapi beragam bentuk subordinasi dalam kehidupan sehari-harinya yang patriarkis, "*Women, despite the wide variety of social formations to which they belong, all share the experience of subordination under patriarchy and have*

 Rizki Utami Handayani
membagikan kinman.
20 Jun pukul 10:21 - 01

Dakwah adalah Poros Hidup yang membuat hidup lebih berarti... tapi saya bahagia... Meskipun banyak asal melintang... anak dan diri... penentangan... obiran... hinaan... Jalani saja... melayakkan diri menjemput Nasrullah...🤲

 Back To Muslim Identity Cianjur
menambahkan 7 foto baru.
19 Apr pukul 11:03 - 01

#Latepost #NgopisOlahragaSumrah
Alhamdulillah... uktifilah jazakillah yg hari minggu kmrn... sudah hadir... banyak wajah-wajah baru seneng deh jadi nambah temen baru 🤲 Semoga ilmu yg teh kiki sampaikan bisa bermanfaat & dpt diamalkan... semoga uktifilah sehat selalu... yg blm bisa hadir ditunggu di acara ngopis selanjutnya yaa 🤲

evolved a variety of tactical responses that enable them to deal with it on a day – to – day level” (2000: 321).

Kesimpulan

1. Perempuan memaknai konsep ibu dan emak secara berbeda. Ibu adalah identitas yang dilegitimasi (*legitimizing identity*) oleh institusi sosial dominan dalam masyarakat sementara emak adalah identitas perlawanan (*resistency identity*) yang dikonstruksi untuk merepresentasikan sosok ibu yang dirasakan lebih sesuai dengan kondisi saat ini (zaman *now*.)
2. Media sosial (digital) telah memberikan kekuatan (*empowering*) bagi perempuan ibu rumah tangga untuk mengakses dan juga berpartisipasi aktif dalam bidang sosial, ekonomi, bahkan politik tanpa dibatasi oleh sekat ruang dan waktu.
3. Politik identitas untuk menghadirkan sosok emak baru dilakukan perempuan melalui media digital melalui berbagai foto, status, postingan, kutipan yang dirasa dapat membangun performa baru mereka sebagai perempuan yang memiliki kuasa atas diri mereka sendiri dan juga bisa berkontribusi bagi lingkungan.

Daftar Pustaka

- Abdillah S, Ubed. 2002. *Politik Identitas Etnis, Pergulatan Tanda Tanpa Identitas*. Magelang: Indonesiaterra
- Bell, David. 2001. *An Introduction to Cyberculture*. London & New York:Routledge
- Castells, Manuel. 2010. *The Power of Identity, Second Edition with a New Preface*. Oxford. Blackwell Publishing
- Cockburn, Cynthia. 1997. “Domestic Technologies: Cinderella and The Engineers” dalam *Women’s Studies International Forum*, Vol.20, No. 3. P. 361-371
- Cross, Linda Berg, et. al. 2004. “Single Professional Women: A Global Phenomenon Challenges and Opportunities” dalam *Journal of International Women’s Studies* Vol. 5 No. 5 June 2004. Hal. 34-59

Fiske, John. 2000. "Shopping For Pleasure: Malls, Power, and Resistance" dalam Schor, Juliet B dan Holt, Douglas B. (eds). 2000. *The Consumer Society Reader*. New York: The New Press

Ganito, Carla. 2012. "Women on The Move: The Mobile Phone as a Gender Technology" dalam *Comunicação and Cultura*, No. 9. Vol. 210. Hal. 77-88

Gauntlett, David. 2002. *Media, Gender, and Identity*. London & New York: Routledge

Hardey, Michael. 2002. "Life Beyond The Screen: Embodiment and Identity Through the Internet." Dalam *The Editorial Board of The Sociological Review* 2002. Oxford: Blackwell Publishing.

Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2017

Laurent Lesnard, "Social Change, Daily Life and the Internet", Chimera Working Paper Number: 2005-07.

Lorber, Judith. 2003. "The Social Construction of Gender." Dalam Ore, Trace E. 2003. *The Social Construction of Difference and Inequality, Race, Class, and Sexuality*. 2nd edition. New York: McGraw-Hill Companies. Inc.

Turkle, Sherry. 2001. "Who Am We?" dalam Trend, David. *Reading Digital Culture*. Massachusetts: Blackwell Publishing