

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

“The personal computer is the political computer”
- Faith Wilding, partisipan acara *First Cyberfeminist International*
di Kassel, Jerman (1997) dalam Everett (2004)

Dewasa kini, kehidupan manusia tidak bisa lepas dari media sosial. Media sosial menghadirkan akses ke sebuah “dunia dalam genggaman”, di mana masyarakat dapat memenuhi kebutuhan mereka atas pengetahuan, informasi, hiburan, dan pendidikan (Nasrullah, 2020) tanpa adanya batasan jarak. Kepopuleran media sosial bisa dilihat melalui jumlah penggunaannya. Berdasarkan data *Digital 2022*, tingkat penetrasi media sosial secara global mencapai 58,4% dari populasi seluruh dunia (Kemp, 2022). Tingkat penetrasi secara global ini juga telah meningkat sebesar 36% selama 10 tahun terakhir. Sebuah peningkatan yang besar dan akan terus berkembang di tahun-tahun berikutnya. Di Indonesia sendiri, masih dari data yang sama, terdapat 191,4 juta pengguna media sosial yang aktif atau setara dengan 68,9% populasi negeri.

Media sosial berfungsi secara berbeda dibanding media internet terdahulu, seperti *website* atau *e-mail*. Jika pada sebelumnya, media *website* atau *e-mail* hanya menghubungkan individu dengan jaringan komputer atau individu dengan individu lain, media sosial secara khas mewujudkan tingkat interaktivitas (*interactivity*) yang tinggi (Gerbaudo, 2012 : 22). Hal ini berarti bahwa pengguna media sosial memegang andil tidak hanya sebagai konsumen informasi, namun juga produsen informasi. Seorang individu kini berkesempatan untuk mempublikasikan dan mengolah informasi untuk disebarkan ke massa. Di samping itu, mereka juga mampu saling melengkapi informasi yang tersebar antara satu sama lain. Sifat interaktivitas dari media sosial membawa dampak signifikan terhadap upaya

masyarakat untuk mewujudkan perubahan sosial, melalui tindakan-tindakan yang dilakukan secara kolektif (Carty, 2018 : 15).

Besarnya penggunaan media sosial di dunia melahirkan kemungkinan atas perwujudan gerakan-gerakan sosial yang terealisasi melalui aktivisme berbentuk digital. Sebelum kemunculan media sosial pun, kegiatan aktivisme yang memanfaatkan internet sudah bermunculan sejak awal tahun 1990-an (Carty, 2018 : 12). Gerbaudo (2017) menuliskan bahwa perkembangan aktivisme digital di dunia terbagi menjadi dua jenis gelombang. Gelombang pertama muncul pada tahun 1990-an, aktivisme pada masa ini mencakup sejumlah proyek dan insiatif yang dilakukan oleh aktivis-aktivis teknologi dan media alternatif dari gerakan-gerakan anti-globalisasi. Gelombang kedua terjadi saat situs-situs jejaring seperti YouTube, Twitter, dan Facebook menjadi populer, serta tumbuhnya kelompok-kelompok peretas (*hacker*) ternama seperti Anonymous dan Lulzsec. Gelombang pertama menandakan aktivisme digital yang mengusung perjuangan untuk melawan dominasi instisusi-institusi seperti negara dan korporasi, sementara gelombang kedua merepresentasikan aktivisme digital yang mempergunakan media sosial sebagai platform untuk memobilisasi massa (Paskarina, 2020).

Media sosial memunculkan model-model gerakan sosial yang belum pernah terjadi sebelumnya. Beberapa contohnya adalah: Pertama, media sosial melahirkan gerakan yang tersalurkan melalui persebaran konten *online*. Seorang individu mampu mempergunakan platform media sosial pribadinya untuk aktivisme, dengan mengunggah, mencerna, dan mendiskusikan konten-konten yang dianggap penting olehnya. Elemen *online* ini menghasilkan bentuk-bentuk aktivisme digital yang kreatif, kemudian mampu menangkap perhatian masyarakat secara massal. Contoh dari ciri khas ini terdapat pada aktivisme #Ferguson. Pada 9 Desember 2014, Michael Brown, seorang remaja berkulit hitam, ditembak mati oleh polisi berkulit putih di kota Ferguson, Missouri, Amerika Serikat. Aktivisme atas peristiwa tersebut ditandai oleh *hashtag* #Ferguson di Twitter, sesuai nama lokasi kejadian. *Hashtag-hashtag* lain pun bermunculan pasca kematian Brown seperti

#HandsUpDontShoot, *#NoAngel*, *#IfTheyGunnedMeDown*, di mana tiap *hashtag* berisikan konten-konten pengguna Twitter yang berusaha untuk menyebar kesadaran terhadap rasisme yang selama ini ditimpa penduduk berkulit hitam di Amerika Serikat (Bonilla & Rosa, 2015).

Kedua, media sosial membuka kesempatan bagi aktivis untuk memobilisasi suatu gerakan secara daring. Mobilisasi gerakan sosial kini bisa dilakukan secara mudah. Aktivis bisa menyebarluaskan ajakan aksi massa seperti demo atau pertemuan grup secara luas, melalui beragam platform media sosial. Keberadaan aktivisme digital mampu justru melengkapi dan sering kali mampu meningkatkan kegiatan protes yang terjadi di lapangan (Carty, 2018 : 35). Untuk memahami seberapa besar pengaruh media sosial dalam memobilisasi suatu gerakan, gerakan feminisme yakni demo *Women's March* bisa menjadi salah satu contohnya.

Women's March pertama dilaksanakan pada 21 Januari 2017. Demonstrasi ini mulanya direncanakan sebagai sebuah unjuk rasa terhadap kemenangan Donald Trump sebagai presiden Amerika Serikat. Misi tersebut kemudian bergeser, di mana *Women's March* berkembang sebagai aksi yang memperjuangkan hak-hak dan pemberdayaan perempuan. *Women's March* membawa efek domino kepada semangat pejuang dan simpatisan gerakan kesetaraan gender (Ismail *et al.*, 2020). *Women's March* berlanjut diadakan pada mancanegara lain, termasuk Indonesia, dan berkembang menjadi acara tahunan yang diadakan oleh beragam negara sekaligus. Visi dan misi yang diperjuangkan tiap negara bervariasi, sesuai dengan konteks sosial-budaya dan permasalahan gender yang dialami setempat. Meskipun itu, satu hal tetap bertahan: *Women's March* menjadi bukti bagaimana gerakan feminisme mampu tersambung secara global melalui media sosial.

Melansir Munro (2013), perkembangan feminisme masa kini sangat bergantung kepada internet. Beragam peneliti telah mencatat bahwa feminisme kini telah memasuki sebuah gelombang baru, yakni gelombang keempat (*fourth wave feminism*). Gelombang keempat feminisme identik dengan pemanfaatan media

sosial sebagai platform wacana, di mana perempuan menjadi lebih terdorong untuk menantang atau merespon misogini dan ketidakadilan yang mereka temui (Retallack, Ringrose, dan Lawrence, 2016). Feminisme di media sosial berkembang ke dalam bentuk tersendiri yakni ‘*online feminism*’ (Riera, 2015).

Online feminism adalah segala jenis konten, diskusi, kegiatan, dan interaksi yang membawa bobot feminis di internet, serta wacana yang muncul darinya. Hal ini terwujud melalui serangkaian praktik digital yang dilakukan para feminis, contohnya seperti mengunggah konten atau *meme* yang mengangkat isu feminis, mengadakan acara diskusi bertema feminis, mengadakan sumbangan uang melalui platform *crowdfunding*, atau menanggapi fenomena seksis atau misoginis ke dalam bentuk konten (Parahita, 2019). Riera (2015) menuliskan bahwa keberadaan konten, diskusi, dan interaksi berbobot feminis di media sosial menyediakan akses atas pengetahuan mengenai feminisme, juga menjembatani konsep-konsep akademis ke bentuk yang mudah dipahami. Alhasil, *online feminism* telah membawa gagasan feminisme kepada jangkauan audiens yang lebih masif

Di Indonesia, penelitian mengenai *online feminism* cenderung menyorot kepada perkumpulan feminis yang aktif melakukan aktivisme digital. Perkumpulan feminis di Indonesia mencakup: (1) Media digital yang mengunggah tulisan-tulisan bertema feminis, seperti Magdalene (<https://magdalene.co/>) dan Konde (<https://www.konde.co/>); (2) Akun Instagram yang ditujukan untuk mengunggah konten-konten feminis dan menyebarluaskan kesadaran mengenai feminisme, seperti @lawanpatriarki, @indonesiafeminis, @dearcatcaller.id di Instagram; (3) Komunitas daring yang berupaya mengadvokasikan feminisme dengan fokus pemberdayaan yang khusus, seperti Girl Up (@girlupindonesia di Instagram) dan Girls Kode (@girlskodeofficial di Instagram). Para perkumpulan ini mewujudkan aktivisme secara kolektif, melalui pembagian tugas, visi, dan misi yang jelas.

Contoh penelitian terhadap perkumpulan feminis adalah Skripsi “*Cyberfeminism* sebagai Strategi untuk Menciptakan Kesetaraan Gender melalui

Teknologi Komunikasi: Studi Etnografi Virtual terhadap Akun Twitter Magdalene” karya Luluk Istiarohmi (2020). Penelitian ini mendalami Magdalene, sebuah publikasi media *online* (<https://magdalene.co/>), dan meninjau bagaimana media tersebut menyediakan ruang publik untuk mengemukakan gagasan feminis. Data penelitian berasal dari wawancara bersama 14 subjek, yakni 13 *followers* aktif akun twitter Magdalene (@magdaleneco) dan 1 pengurus Magdalene, juga hasil observasi terhadap akun Twitter Magdalene. Dengan menggunakan metode etnografi virtual, hasil penelitian menemukan bahwa ruang publik yang diwujudkan Magdalene bukan berasal dari komunikasi antara para pengikutnya. Magdalene menghasilkan gerakan yang bersifat lebih individualis, di mana konten yang mereka sebar menginspirasi pengikutnya untuk mengupayakan nilai kesetaraan gender pada diri masing-masing.

Pada Jurnal “*Indonesian Women’s Activism in Instagram*”, Mashita P. F. Purwaningtyas (2019) menganalisis atas 5 akun Instagram yang aktif mengadvokasikan feminisme di Indonesia (@indonesiafeminis, @perempuanbergerak, @womensmarchjkt, @perempuanberkisah, dan @lawanpatriarki), untuk mendeskripsikan dinamika aktivisme feminisme di Indonesia yang sebagian besar terjadi di Instagram. Di samping itu, penelitian ini juga ingin melihat bagaimana akun-akun aktivisme tersebut membingkai dan merepresentasikan konsep pemberdayaan perempuan kepada *followers*-nya. Penelitian dilakukan dengan metode etnografi virtual dan terdiri atas dua jenis data yaitu: (1) *Post* konten dengan jumlah *likes* yang cukup tinggi; (2) Komentar *post*, di mana peneliti memilih beberapa komentar pada *post-post* konten dari *followers* atau administrator akun. Hasil analisa menunjukkan bahwa akun-akun ini kerap menyoroti permasalahan feminisme kontemporer, seperti kekerasan berbasis gender, perdagangan manusia, seksualitas, poligami, pembangunan, demokrasi, dan hak asasi manusia. Akun-akun ini kerap membahas topik yang bertentangan dengan pandangan umum masyarakat Indonesia. Dengan membicarakan topik-topik tersebut, akun-akun aktivisme meninjau bahwa perempuan berdaya

(*empowered*) adalah perempuan yang dapat menentukan pilihan hidupnya sendiri, tanpa harus mengikuti definisi “perempuan” yang telah dibakukan oleh pemikiran patriarki di Indonesia.

Sama halnya Purwaningtyas (2019), Gilang Desti Parahita (2019) juga meneliti akun-akun-akun aktivisme feminisme di Instagram pada artikel jurnalnya, “*The Rise of Indonesian Feminist Activism on Social Media*”. Penelitian ini berfokus pada aktivis-aktivis feminisme digital di Indonesia, juga meninjau tujuan kolektif mereka melalui konten yang mereka unggah di Instagram dan aktivitas *offline* yang dilakukan. Penelitian ini mempergunakan data hasil *mixed-methodology*, yakni menggabungkan metode wawancara mendalam bersama aktor-aktor feminisme digital ternama di Indonesia dan metode observasi terhadap akun-akun aktivis yang mempromosikan feminisme di Indonesia. Akun-akun aktivis ini disebut mampu tumbuh melalui feminis-feminis muda yang memiliki *digital literacy*, pendidikan sosial relevan, pengetahuan yang luas tentang feminisme, dan terlepas dari gerakan feminisme yang tumbuh sebelum Orde Baru. Parahita (2019) menemukan adanya 3 tujuan utama dari akun-akun aktivis feminisme di Indonesia: 1) Untuk melawan pelecehan seksual, pemerkosaan, dan diskriminasi lainnya yang oleh perempuan; 2) Untuk meyakinkan publik bahwa feminisme dan Islamisme bisa rukun; 3) Untuk mengangkat isu-isu mengenai golongan yang terpinggirkan ke perhatian publik, hal ini mencakup perlindungan hak minoritas (hak buruh & hak migran), mengampanyekan penerimaan sosial terhadap komunitas LGBT, dan jenis keragaman identitas lainnya. Para pengikut dari akun-akun aktivis ini kebanyakan adalah anak muda, yang sekarang mampu mempelajari feminisme secara instan melalui media sosial.

Bisa disimpulkan bahwa penelitian mengenai *online feminism* di Indonesia lebih meninjau pada aktivisme digital yang dilakukan oleh perkumpulan feminis. Terdapat penelitian yang menyorot aktor-aktor di dalam perkumpulan (Parahita, 2019), penelitian yang menganalisa konten-konten aktivisme yang diunggah di media sosial milik para perkumpulan (Purwaningtyas, 2019), juga penelitian yang

meninjau resepsi atas konten aktivisme tersebut (Istiarohmi, 2020). Ketiga penelitian ini tidak berfokus pada aktivisme yang diwujudkan dalam level individual, yakni aktivisme yang diwujudkan oleh seorang individu melalui akun media sosial pribadi mereka. Penelitian ini berupaya untuk mengisi kekosongan penemuan tersebut. Kebaruan pertama dari penelitian ini adalah pada jenis *online feminism* yang ingin disorot. Penelitian ini secara khusus ingin mempelajari aktivisme feminisme yang diwujudkan dalam level individual, di mana aktivisme ini berbentuk sebagai serangkaian praktik-praktik media. Bagaimana seorang individu mempergunakan akun media sosial pribadinya untuk mewujudkan gerakan feminisme.

Di samping itu, penelitian ini juga akan menyorot para anak muda, yang akan menjadi “wajah baru” dari feminisme. Mereka adalah generasi yang akan memainkan peran besar dalam perkembangan feminisme di tahun-tahun ke depan. Ketiga penelitian sebelumnya tidak berfokus membicarakan mengenai keberadaan *online feminism* dalam kalangan anak muda. Alhasil, kebaruan kedua penelitian ini adalah pada informan yang ingin disorot. Penelitian ini akan berfokus pada feminis generasi Z di Indonesia, yakni individu yang berumur 10 – 25 tahun. Generasi ini dikenal sebagai “*digital natives*” yang tidak pernah mengalami kehidupan sebelum adanya internet (Prensky, 2001). Faktor tersebut tidak pernah terjadi pada generasi-generasi sebelumnya. Secara khusus, penelitian ini akan berfokus pada feminis generasi Z yang berada di kalangan mahasiswa-mahasiswi.

Terakhir, kebaruan ketiga dalam penelitian ini adalah dengan menyorot adanya proses suatu “penyadaran” yang dialami oleh mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z. *Online feminism* membawa peluang lebih besar bagi mereka yang tidak tahu banyak mengenai feminisme, untuk bisa mengetahui hal-hal baru dan pencerahan mengenai pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender. Bagaimanapun, tidak ada individu yang lahir dengan kesadaran penuh atas dominasi patriarki dan struktur kekuasaan yang menekan perempuan (Riera, 2015). Feminisme terwujud dalam perjalanan seorang individu untuk menyadari

penindasan tersebut, mempelajari tentangnya, lalu memanfaatkan gagasan tersebut kepada lingkungan sekitar. Perjalanan menjadi seorang feminis terjadi secara bertahap, berkelanjutan, dan unik bagi tiap individu. Proses tersebut belum disorot oleh penelitian-penelitian yang disebut di atas, dan patut ditelusuri secara lebih mendalam. Bagi informan-informan pada penelitian ini, perjalanan tersebut terbantu melalui penggunaan media sosial sehari-hari mereka. Di samping menyorot aktivisme yang dilakukan mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z, penelitian ini juga ingin meninjau perjalanan mereka dalam mempelajari feminisme melalui media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, maka penelitian ini menghasilkan rumusan masalah yakni:

1. Bagaimana mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z menggunakan media sosial untuk mempelajari tentang feminisme?
2. Bagaimana mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z menggunakan media sosial untuk melakukan gerakan feminisme?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang permasalahan dan rumusan masalah yang dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan bagaimana mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z mempergunakan media sosial untuk mempelajari tentang feminisme
2. Mendeskripsikan bagaimana mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z mempergunakan media sosial untuk melakukan gerakan feminisme

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat teoritis dan praktis bagi peneliti maupun pembaca. Manfaat tersebut yakni:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian berupa deskripsi *online feminism* dan pengaruh media sosial terhadap gerakan feminisme mampu menjadi sumbangan temuan penelitian selanjutnya dengan tema serupa
2. Hasil penelitian yang menggunakan teori *mediated practice* dapat menjadi referensi bagi penelitian ke depan yang ingin mengkaji hubungan media sosial dengan praktik sehari-hari
3. Hasil penelitian ini mampu digunakan sebagai referensi mahasiswa ataupun peneliti lainnya yang ingin mengkaji mengenai *online feminism* serta *mediated practice* melalui kacamata antropologis

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian mampu menambah wawasan peneliti terhadap *online feminism* dan signifikansi media sosial dalam perkembangan feminisme
2. Penelitian menjadi sarana bagi peneliti untuk mempraktikkan apa saja yang telah dipelajari selama masa perkuliahan, juga sebagai bahan pengembangan diri peneliti untuk kehidupan setelah perkuliahan.
3. Penelitian mampu memberi *insight* kepada para mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z terkait signifikansi penggunaan media sosial mereka, juga bagaimana mereka menjelajahi media sosial untuk menyuarakan feminisme

1.5 Batasan Konsep

1.5.1 Feminisme

Feminisme merupakan gerakan yang mengadvokasikan penghapusan subordinasi dan ketidakadilan yang dialami wanita atas identitas gender mereka (Mohanty & Samantaray, 2017). Feminisme berpandangan bahwa perempuan mengalami penindasan secara rutin akibat patriarki, yakni suatu oleh sistem sosial menempatkan laki-laki sebagai pemegang utama atas moral dan politik sosial. Sistem patriarki menempatkan perempuan ke dalam posisi yang tidak diuntungkan, berwujud menjadi berbagai diskriminasi seperti kekerasan seksual, representasi media yang bias, dan pembatasan hak perempuan atas wewenang hidupnya sendiri seperti hak aborsi, hak suara, atau hak upah yang adil (Riera, 2015). Feminisme adalah perjuangan untuk mengakhiri penindasan seksis (Hooks, 2015 : 26). Tidak hanya untuk menguntungkan kelompok perempuan saja, namun juga untuk menghapus dominasi patriarki demi kehidupan sosial yang tidak diskriminatif.

1.5.2 Online Feminism

Secara dasar, *online feminism* merujuk pada apa yang Mohanty dan Samantaray (2017) sebut “*feminist appropriation of information and computer technology*”, yakni penggunaan informasi dan teknologi komputer yang feminis. *Online feminism* adalah segala jenis konten, interaksi, dan acara *online* yang membawa bobot nilai-nilai feminisme; diwujudkan oleh feminis, perempuan, anak perempuan, dan orang-orang yang memperjuangkan keadilan sosial (Riera, 2015). Ciri khas *online feminism* terdapat pada wujudnya yang termediasi melalui teknologi komunikasi, tampil secara distingtif sebagai konten (teks, infografis, video), diskusi *online*, dan *hashtag* (#) yang membawa bobot feminis. Melalui wujud ini, feminisme mampu dipahami secara sederhana dan dapat ditemui dengan mudah melalui penggunaan media sosial sehari-hari (Marlina, 2019; Sills *et al.*, 2016). Keberadaan media sosial memungkinkan feminis dari segala usia untuk menceritakan kisah-kisah pribadi mereka, melibatkan diri secara afektif kepada

pengalaman orang lain, mempersatukan kolektif, dan memobilisasi diri secara politis (Manvick, 2019).

1.5.3 Generasi Z

Generasi merupakan sekelompok orang-orang (angkatan) dengan waktu hidup yang kira-kira sama (KBBI, 2021). Suatu generasi berisi anggota-anggota dengan jangkauan tahun kelahiran yang sama. Sesuai dengan definisi ini, maka Generasi Z dapat definisikan sebagai suatu kelompok generasi berisi individu-individu yang lahir pada tahun 1997 sampai 2012 (Badan Pusat Statistik, 2021). Istilah “Generasi Z” pertama kali dipopulerkan pada tahun 2014 oleh sebuah perusahaan konsultasi pemasaran asal Amerika bernama *Sparks and Honey*. Pada tahun 2014, *Sparks and Honey* merilis temuan baru mereka mengenai sebuah generasi yang lahir setelah generasi Millennial, yang mereka beri nama sebagai “Generasi Z” (Sparks and Honey, 2014).

Generasi Z secara utama dicirikan sebagai “*digital natives*”, di mana mereka merupakan “penutur asli dari bahasa digital, *video game* dan internet” (Prensky, 2001). Generasi Z lahir pada sebuah era di mana internet dan teknologi digital sudah umum digunakan secara global, sehingga mereka tidak pernah melewati kehidupan tanpa keberadaan dua hal tersebut. Faktor ini tidak pernah terjadi pada generasi-generasi sebelumnya. Turner (2018) menjelaskan bahwa tidak ada generasi lain selain generasi Z yang hidup pada sebuah era di mana teknologi dapat diakses secara mudah pada usia muda. Di samping itu, lanjut Turner, generasi Z juga merupakan generasi yang sudah terbiasa berinteraksi dan berkomunikasi melalui jaringan internet.

1.5.4 Praktik Media

Praktik media merupakan beragam praktik yang dilakukan melalui media, dijalankan oleh individual atau suatu kelompok dalam konteks, tujuan dan motivasi

yang berbeda-beda (Cruz & Ardèvol, 2013). Konsep praktik media tumbuh melalui pengaruh dari teori praktik terhadap studi mengenai media. Teori praktik merupakan sebuah teori ilmu sosial yang membedah hubungan antara struktur sosial dan aktor (individu) begitu pula kehidupan sosial, dengan meninjau tindakan yang dilakukan oleh individu. Teori ini pertama muncul pada awal tahun 1970-an (Ortner, 1984).

Melansir Pink *et al.* (2016 : 42), teori praktik muncul dari ketertarikan tentang bagaimana tindakan dan kebiasaan manusia dibentuk dan dipertahankan dari waktu ke waktu, kemudian dampak tindakan tersebut ke dunia. Sebuah analisis praktik akan meninjau tindakan manusia sebagai titik referensi utama dalam memahami sebuah peristiwa tertentu, juga memahami proses yang terlibat dalam reproduksi atau perubahan di struktur sosial (Ortner, 1984). Secara utama, teori ini menempatkan objek analisisnya kepada apa yang disebut sebagai “praktik” (*practice*). Praktik merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan manusia secara berulang, teratur, dan membutuhkan semacam tingkat kemampuan (Postill, 2010 : 1). Contoh dari praktik bisa berupa kegiatan seperti berbelanja, mengantri, membaca koran, atau menonton televisi.

Melalui kacamata praktik, media tidak dipelajari sebagai suatu teks untuk diinterpretasi, misal seperti menganalisis sebuah film atau buku. Media juga tidak dipelajari sebagai suatu tatanan besar yang menempatkan individu hanya sebagai konsumen pasif. Sebaliknya, media justru perlu ditinjau dengan mempertanyakan: Hal-hal apa saja yang orang lakukan melalui media? Jika teori praktik melihat bahwa tatanan sosial diproduksi dan dijalankan melalui praktik sehari-hari dan bukan sebaliknya, maka media perlu pertama dipahami melalui hal-hal yang manusia lakukan dengan media dalam situasi dan konteks yang berbeda (Pink *et al.*, 2016 : 44). Praktik-praktik ini disebut sebagai praktik media.

1.6 Landasan Teori

Teori merupakan seperangkat konsep, proposisi, dan definisi yang tersusun secara sistematis, sehingga dapat dipergunakan untuk menjelaskan dan meramalkan suatu fenomena (Cooper & Schindler, 2003 dalam Sugiyono, 2005 : 41). Teori juga dapat dipergunakan sebagai sebuah lensa atau perspektif transformatif yang membimbing peneliti dalam menentukan fenomena yang ingin diperiksa, pertanyaan yang diajukan, juga bagaimana data dikumpulkan dan dianalisis (Creswell & Creswell, 2018 : 108). Penelitian ini akan mempergunakan teori *mediated practice* milik antropolog S. Elizabeth Bird yang membahas tentang audiens media melalui pendekatan antropologis (Bird, 2010 : 86).

S. Elizabeth Bird merupakan seorang Professor di Departemen Antropologi dari University of South Florida. Penelitian-penelitian Bird berfokus pada studi mengenai praktik media dalam kehidupan sehari-hari, peran jurnalisme & berita dalam membingkai budaya, serta hubungan antara teks media dengan praktik-praktik yang dilakukan oleh audiens media (USF, 2022). Beberapa buku ciptaan Bird meliputi *For Inquiring Minds: A Cultural Study of Supermarket Tabloids* (1992), *Dressing in Feathers: The Construction of the Indian in American Popular Culture* (1996), *The Audience in Everyday Life: Living in a Media World* (2003), yang memenangkan *Outstanding Book Award* dari *International Communication Association* pada tahun 2004, dan *The Anthropology of News and Journalism: Global Perspectives* (2009) (Postill *et al.*, 2010 : 325).

Sub-bab ini akan menjabarkan mengenai teori *mediated practice* ke dalam tiga bagian. Pada bagian pertama, peneliti akan menjelaskan pengaruh-pengaruh terdahulu dari pemikiran S. Elizabeth Bird. Pada bagian kedua, peneliti akan menjabarkan apa itu teori *mediated practice*. Pada bagian terakhir, peneliti akan menjelaskan karya etnografi terdahulu milik S. Elizabeth Bird yang menjadi dasar dari teori *mediated practice* untuk penelitian ini.

1.6.1 Pengaruh Pemikiran S. Elizabeth Bird

Pemikiran Bird dipengaruhi oleh tokoh-tokoh dari disiplin ilmu antropologi dan ilmu komunikasi yang meliputi antropolog Sherry Ortner, antropolog Victor Turner, ahli teori komunikasi James Carey, serta antropolog Roger M. Keesing. Dalam berbicara tentang media di kehidupan sehari-hari, kedua tokoh yang secara utama mempengaruhi pemikiran Bird adalah James Carey dan Sherry Ortner.

James Carey mempengaruhi pemikiran Bird dalam memposisikan soal apa itu komunikasi. Carey (2009 : 19) sendiri memandang komunikasi sebagai proses simbolis di mana realitas diproduksi, dipertahankan, dan diubah. Bagi Carey, mempelajari komunikasi berarti memahami proses-proses sosial di mana manusia menciptakan, memahami, dan mempergunakan sistem simbol seperti seni, sains, jurnalisme, pengetahuan umum, agama, dan mitologi (Carey, 2009 : 24). Melalui pendekatan Carey, Bird mengambil inspirasi dan secara utama meninjau soal komunikasi melalui tindakan komunikatif yang manusia lakukan dalam sehari-harinya. Tindakan komunikatif di sini Bird artikan sebagai pembicaraan atau tindakan sehari-hari yang diekspresikan dengan media (Bird, 2010 : 88).

Di sisi lain, pemikiran Bird juga terinspirasi dari pemikiran Sherry Ortner mengenai teori praktik, Bagi Ortner (1984), teori praktik berupaya untuk menjelaskan hubungan antara tindakan manusia dan sistem sosial. Ortner meninjau bahwa meski sistem sosial memainkan peran yang andil dalam menentukan tindakan manusia, sistem sosial juga tetap dibangun dan dikonstruksi melalui tindakan dan interaksi yang manusia lakukan antara satu sama lain. Bird mengambil inspirasi dari pemikiran Ortner dalam meneliti praktik-praktik yang manusia lakukan pada media. Bird menuliskan bahwa pemikiran Ortner atas hubungan timbal balik sistem sosial dan tindakan manusia merupakan hal yang penting. Sama halnya saat meneliti praktik yang dilakukan audiens media, Bird (2010 : 99) menggarisbawahi pentingnya untuk mempelajari bagaimana manusia berinteraksi

dengan media di kehidupan sehari-hari, serta mempertimbangkan sistem media yang berperan dalam menyalurkan pesan ke mereka.

1.6.2 Teori *Mediated Practice*

Teori *mediated practice* merupakan salah satu dari berbagai macam dari pendekatan teoritis (Postill *et al.*, 2010) untuk meninjau soal praktik media. Dalam bukunya “*The Audience in Everyday Life: Living in a Media World*”, Bird menuliskan bahwasanya media sudah tidak bisa dipisahkan dari kebudayaan manusia:

“We cannot really isolate the role of media in culture, because the media are firmly anchored into the web of culture, although articulated by individuals in different ways (Bird, 2003 : 3).”

“Kita tidak bisa benar-benar melepas peran media dalam kebudayaan, karena media telah tertanam kuat di dalam jaringan kebudayaan meskipun diartikulasikan oleh individu dengan cara yang berbeda-beda.”

Tidak bisa dipungkiri bahwa media telah membawa perubahan besar terhadap kehidupan manusia. Meskipun demikian, Bird berhenti pada generalisasi seperti ini saja. Peran media terhadap kehidupan manusia tidak bisa diasumsikan melalui satu jawaban utuh yang dapat diaplikasikan ke berbagai situasi.

Manusia memaknai media dengan cara-cara yang tidak bisa diprediksi dan tidak seragam (Bird, 2003 : 2). Misal, seorang pria paruh baya bisa tiap pagi membaca koran, namun jarang mempergunakan media sosial. Seorang remaja bisa mempergunakan gemar menonton film bioskop, namun tidak suka membaca buku novel. Melansir Bird (2003 : 3), kebudayaan manusia tentu sudah terikat dengan media, namun dalam level individual tiap manusia adalah pembuat makna yang aktif dan selektif.

Bird (2010 : 86) secara utama tertarik pada bagaimana media masuk ke dalam praktik budaya dan praktik komunikasi sehari-hari. Alhasil, dalam meneliti

soal media, Bird mengadvokasikan sebuah cara pandang yang bersifat etnografis (*an ethnographic way of seeing*) dengan memperhatikan bagaimana manusia berinteraksi dengan media pada kehidupan sehari-seharinya, serta mempelajari apa arti dari pengalaman dan aktivitas yang manusia miliki dengan media (Bird, 2003 : 8). Cara pandang seperti ini diperlukan karena:

“Only ethnography can begin to answer questions about what people really do with media, rather than what we imagine they might do, or what close readings of texts assume they might do (Bird, 2003 : 191).”

“Hanya etnografi yang dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang orang benar-benar lakukan dengan media, daripada apa yang kita bayangkan akan mereka lakukan, atau apa yang diasumsikan oleh tulisan-tulisan (karya orang lain) ”

Untuk memahami bagaimana manusia berinteraksi dengan media pada kehidupan sehari-harinya, Bird mengobservasi dan menganalisis apa yang ia sebut *mediated practice* atau praktik yang termediasi. Bird mengklasifikasikan adanya tiga jenis *mediated practice* yakni (Bird, 2010 : 88):

1. Praktik sehari-hari yang melibatkan interaksi dengan teks media. Contohnya seperti praktik *fans* (*fan practice*) yang dilakukan oleh penggemar suatu teks media.
2. *Mediated rituals*, yakni praktik-praktik ritual yang diwakilkan atau telah direpresentasikan melalui media. Contohnya seperti acara pernikahan selebriti, bagaimana ritual ini telah bergeser menjadi suatu ‘penampilan’ publik akibat dokumentasi foto/video yang mengikutinya.
3. *Mediated moments* yang merujuk pada momen-momen spesifik yang dilakukan oleh audiens media, di mana momen tersebut kemudian dimediasi. Contoh dari *mediated moments* adalah keberadaan *meme* di media sosial.

1.6.3 Karya S. Elizabeth Bird

Penerapan teori *mediated practice* dalam penelitian ini akan berdasar pada karya etnografi S. Elizabeth Bird mengenai sebuah komunitas virtual, yakni komunitas penggemar (*fans*) acara TV “*Dr Quinn, Medicine Woman*” (DQMW) yang menceritakan kisah seorang dokter wanita Amerika di tahun 1870-an (Bird, 2003). Komunitas ini dipersatukan secara virtual pada sebuah grup diskusi *e-mail*, di mana para anggotanya mampu saling mengirim pesan panjang antara satu sama lain untuk membahas acara DQMW. Kegiatan mereka tidak berhenti di internet saja dan sampai meluas sampai ke pertemuan *offline* juga. Dalam tulisannya, Bird hendak membangun sebuah pemahaman antropologis mengenai penggemar yang dipersatukan secara virtual seperti ini. Bird mempertanyakan: Seperti apa pengalaman menjadi seorang *fans* yang disatukan secara virtual? Apakah komunikasi elektronik membuat intens pengalaman-pengalaman individu dalam menjadi seorang *fans*?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, Bird menjalankan penelitian etnografi selama beberapa tahun terhadap komunitas penggemar DQWM. Bird mengobservasi dan berpartisipasi ke dalam grup diskusi *e-mail fans* DQMW, mengamati komunikasi para anggota komunitas di dalam grup *e-mail* tersebut, juga sesekali berpartisipasi dalam acara *offline* yang mereka adakan. Bird mengidentifikasi beberapa jenis praktik yang dilakukan para anggota komunitas. Serangkaian praktik ini Bird sebut sebagai *fan practices* (praktik *fans*) yakni praktik-praktik di mana para anggota komunitas menyalurkan kegemaran mereka atas acara DQWM.

Dengan menelusuri praktik-praktik *fans* yang dilakukan para anggota komunitas, Bird menemukan bahwa acara DQWM dalam komunitas ini berfungsi sebagai sebuah batu loncatan yang memunculkan beragam jenis praktik yang baru. Para anggota komunitas membangun relasi persahabatan yang baru, juga mampu mencurahkan minat menulis mereka dengan menulis *fan-fiction* berdasarkan acara

DQWM. Di samping itu, para anggota komunitas juga menghasilkan diskusi-diskusi mendalam mengenai tema-tema yang kerap muncul pada acara DQWM pada grup *e-mail* yang mereka miliki. Bird meninjau bahwa praktik *fans* yang dilakukan oleh para anggota komunitas mampu menambahkan sebuah dimensi yang kaya dan bermanfaat pada kehidupan mereka

Hasil penelitian Bird menjadi bukti bagaimana *fan practices* yang dilakukan oleh para penggemar acara DQWM menjadi sarana bermanfaat untuk memahami kehidupan sehari-hari individu dalam dunia yang penuh oleh media. Teks dan wacana mengenai media tidak hanya semata merupakan bentuk konsumsi media saja, namun juga mencakup pandangan hidup dan identitas seorang individu (Bird, 2010 : 90). Serangkaian *fan practices* yang dilakukan penggemar DQWM juga menunjukkan bahwa banyak manusia berusaha untuk memperkaya hidup mereka melalui media (Bird, 2003 : 84). Pandangan seperti ini tidak akan dapat dicapai jika tidak mengintrospeksi bagaimana manusia melibatkan media dalam kehidupan sehari-hari mereka.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara-cara yang diusulkan oleh peneliti untuk mengumpulkan, menganalisis, serta menginterpretasi data untuk penelitian miliknya (Creswell & Creswell, 2018 : 335). Penelitian ini mempergunakan metode yang terinspirasi dari karya-karya etnografi terdahulu milik S. Elizabeth Bird. Bird (2003 : 188) sendiri menerapkan metode etnografi dengan pendekatan yang bersifat *multi-sited*, suatu pendekatan dalam menulis karya etnografi yang dicetus oleh antropologi George E. Marcus pada tahun 1995. Pendekatan *multi-sited* juga biasa disebut sebagai *multi-sited ethnography*.

Sepanjang abad ke-20, studi antropologi bertumpu pada pengertian bahwa *the field* atau situs dari penelitian etnografi harus merupakan satu tempat yang akan didatangi kemudian ditinggal oleh sang etnografer (Candea, 2010). Antropolog

George E. Marcus menentang gagasan klasik tersebut. Baginya, seorang etnografer tidak harus mengkaji satu kelompok budaya secara spesifik di satu tempat saja. Pendekatan *multi-sited* merumuskan bahwa situs suatu penelitian etnografi tidak terbatas sebagai satu lokasi geografis, melainkan dapat berupa objek, subjek, atau gagasan yang dirumuskan oleh sang etnografer. Suatu etnografi *multi-sited* membangun konteks dan argumen yang signifikan dengan menelusuri dan menggambarkan hubungan antara situs-situs penelitian yang sebelumnya tidak dianggap berhubungan (Marcus, 1998 dalam Abu-Lughod, 2000).

Untuk menulis suatu etnografi *multi-sited*, sang etnografer perlu untuk merumuskan situs penelitiannya sendiri yang dapat berupa suatu objek, subjek, atau gagasan, kemudian meninjau adanya koneksi situs-situs yang ditelitinya. Dalam konteks penelitian ini, metode dari penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan serta menganalisis data mengenai penggunaan media sosial milik mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z. Pendekatan *multi-sited* diterapkan untuk menjelajahi hubungan mengenai penggunaan media sosial milik mahasiswa-mahasiswi feminis yang terjadi di ruang daring dan bagaimana mereka mempergunakan informasi tersebut dalam kehidupan sehari-harinya, menghubungkan apa yang terjadi dalam ruang *online* yang kemudian mempengaruhi praksis kehidupan sehari-hari.

1.7.1 Lokasi Penelitian

Mengikuti langkah dari Marcus, penelitian ini mengkonseptualisasikan lokasi penelitian tidak sebagai satu lokasi geografis yang membatasi perilaku dari para mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z. Penelitian ini mengambil data dari dua jenis lokasi. Jenis lokasi pertama adalah lokasi *online*, yakni situs media sosial yang diakses oleh para mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z. Media sosial yang menjadi lokasi dari penelitian ini adalah Twitter, Instagram, dan Facebook. Jenis lokasi kedua adalah lokasi *offline* di mana melakukan wawancara mendalam bersama informan pada tempat yang sudah dijanjikan, yakni Kampus B Universitas

Airlangga & Kampus C Universitas Airlangga di Surabaya, Jawa Timur. Peneliti memilih dua jenis lokasi ini untuk mengamati apa yang dilakukan para informan pada Twitter, Instagram, dan Facebook, kemudian menghubungkan aktivitas *online* tersebut dengan hasil wawancara *offline*.

1.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan suatu penelitian kualitatif yang berpaku pada data berupa pernyataan, gagasan, nilai, norma, atau rangkaian peristiwa pada suatu masyarakat, di mana data tersebut akan diinterpretasikan peneliti (Ahimsa-Putra, 2007; Creswell & Creswell, 2018 : 41). Dalam penelitian ini, peneliti mempergunakan dua jenis teknik pengumpulan data. Teknik pertama merupakan observasi daring. Teknik kedua adalah wawancara mendalam (*in-depth* interview). Kedua teknik pengumpulan data yang akan diterapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.7.2.1 Observasi Daring

Teknik observasi umumnya membutuhkan peneliti untuk berada di tempat fisik yang sama dengan informan. Dalam penelitian ini, observasi justru akan terwujud secara *online*, yakni melalui kehadiran peneliti pada beragam media sosial yang diakses oleh informan. Peneliti akan mengikuti akun media sosial yang dimiliki informan dan mengobservasi konten apa saja yang diunggah oleh informan dalam kesehariannya. Peneliti hendak akan mencari tahu, memperhatikan, dan mengarsip konten atau kegiatan *online* yang menjadi sarana mahasiswa-mahasiswi feminis generais Z untuk mempelajari feminisme, serta mencari tahu aktivisme yang mereka akukan melalui media sosial.

1.7.2.2 Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Pada penelitian ini, wawancara mendalam atau *in-depth interview* menjadi pilihan untuk memperoleh data mengenai pengalaman feminis generasi Z dalam mempergunakan media sosial. Wawancara mendalam juga tidak hanya terbatas sebagai suatu sesi tanya-menjawab saja, melainkan membutuhkan kemampuan peneliti untuk bisa menggali pemahaman milik informan. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan dua jenis wawancara.

Wawancara pertama akan dilakukan secara *online* melalui aplikasi *Zoom*. Peneliti akan terlebih dahulu meminta wawancara dengan mengontak informan secara pribadi melalui *Instagram*. Wawancara pertama bertujuan untuk mencari tahu kebiasaan penggunaan media sosial sehari-hari milik informan, juga pengalaman informan dalam menemui feminisme melalui media sosial. Wawancara kedua akan dilakukan secara *offline*, di mana peneliti akan menemui informan secara langsung. Wawancara kedua bertujuan untuk menelusuri lebih jauh *mediated practice* spesifik yang dilakukan informan dalam mempelajari feminisme dan melakukan gerakan feminisme. Kedua sesi wawancara ini akan direkam atas izin informan penelitian, untuk nantinya mempermudah proses analisis data.

1.7.3 Teknik Pemilihan Informan

Berbeda dengan penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif berfokus pada suatu kelompok atau individu yang sudah dipilih dengan sengaja, (Creswell & Creswell, 2018 : 262). Pemilihan seperti ini dibutuhkan untuk membantu peneliti dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Penelitian ini akan berfokus kepada enam informan, yakni mahasiswa-mahasisw feminis yang termasuk ke dalam generasi Z.

Dalam masyarakat sekarang, penelitian ini menyadari bahwa penggunaan label feminis acap kali dianggap “kontroversial”. Terdapat individu-individu yang

menjauhkan label “feminis” sebagai bagian dari identitas mereka (Olson *et al.*, 2008) karena tidak ingin diasosiasikan dengan stereotip buruk dalam menjadi seorang “feminis”. Mengingat sensitivitas tersebut, maka penelitian ini menentukan identitas para informan sebagai seorang “feminis” tidak melalui bagaimana mereka melabelkan diri sebagai feminis, melainkan kepada bagaimana mereka menyetujui serta berniat untuk mengadvokasikan ideologi feminisme.

Peneliti mengidentifikasi mahasiswa-mahasiswi yang dimaksud sebagai feminis ke dalam tiga jenis: (1) Mahasiswa-mahasiswi yang melabelkan diri sendiri sebagai feminis (TA, EL, ZA); (2) Mahasiswa-mahasiswi yang ragu untuk melabelkan diri sebagai feminis, namun menyebut diri sebagai feminis sesuai konteks percakapan (BA, AN); (3) Mahasiswa-mahasiswi yang tidak melabelkan diri sebagai feminis, namun berniat menerapkan ideologi feminisme dalam kehidupannya (JR). Terlepas dari cara bagaimana informan mengidentifikasi identitas mereka sebagai feminis, keenam informan menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap ideologi feminisme serta berniat untuk menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Mahasiswa-mahasiswi feminis yang dipilih dalam penelitian ini adalah mereka yang memiliki karakteristik sebagai berikut. Pertama, informan adalah lelaki atau perempuan yang aktif menggunakan media sosial sejak tahun 2010-an. Kriteria ini berdasarkan atas pernyataan yang ditulis Hinduan *et al.* (2020) bahwa internet mulai memainkan peran yang semakin penting di kehidupan generasi Z di Indonesia pada masa remaja mereka. Kriteria ini berguna untuk menandakan bagaimana informan sudah lama menggunakan media sosial sejak masa remaja, sehingga media sosial telah tertanam ke dalam kehidupan dan interaksi sehari-hari mereka.

Kedua, informan adalah lelaki atau perempuan yang aktif menggunakan salah satu dari keempat platform media sosial berikut: Facebook, Instagram, Twitter, atau YouTube. Pemilihan keempat platform ini berdasar atas penelitian

milik Parahita (2019) yang menemukan bahwa *online feminism* yang dilakukan feminis Indonesia terwujud pada platform media sosial yakni Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube.

Ketiga, informan adalah lelaki atau perempuan yang dikenal sebagai sosok yang kerap menyuarakan gagasan feminisme pada media sosial pribadinya. Kriteria ini berguna sebagai penunjuk awal bagi peneliti dalam mencari informan. Peneliti berniat mencari informan secara *word-to-word*, alias melalui kontak lingkungan sekitar. Di samping itu, kriteria ini menjadi krusial karena penggunaan media sosial yang dilakukan informan akan menjadi bahan kajian penelitian.

Peneliti telah menentukan 6 informan sesuai dengan kriteria yang telah disebut di atas. Nama asli milik tiap informan akan disamarkan untuk menjaga privasi terhadap informasi personal (pengalaman traumatis, orientasi seksual) yang mereka hendak ungkapkan mengenai diri sendiri. Informasi mengenai keenam informan serta media sosial yang mereka aktif pergunakan adalah sebagai berikut:

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Media Sosial yang Aktif Digunakan
1.	BA	Perempuan	21 Tahun	Twitter
2.	EL	Perempuan	21 Tahun	Instagram, Twitter
3.	ZA	Perempuan	20 Tahun	Instagram, Twitter
4.	JR	Laki-Laki	21 Tahun	Instagram, Twitter
5.	AN	Laki-Laki	20 Tahun	Instagram, Twitter
6.	TA	Laki-Laki	20 Tahun	Instagram, Twitter, Facebook

Tabel 1. 1 Tabel Keterangan Informan (Sumber: Data Primer)

Pemilihan informan-informan di atas juga berkaitan dengan aktivitas yang mereka lakukan pada media sosial yang diminati. Peneliti memilih keenam informan ini berdasarkan atas beberapa aktivitas yang mereka lakukan di Instagram, Twitter, serta Facebook. Dalam Instagram, para informan mengunggah konten berbentuk *Post* yakni gambar/video yang akan muncul pada *home page* (laman utama) dan diperhatikan pengguna-pengguna lain, serta *Story* yakni unggahan foto/video yang hanya bisa dilihat dalam rentan waktu 24 jam. Dalam Twitter, para informan mengunggah konten berbentuk sebagai *tweet* yakni pesan teks yang bisa

disertai gambar atau video. Dalam Facebook, informan mempergunakan fitur-fitur yang memungkinkan mereka untuk berjejaring sesuai dengan ketertarikan dan minat sendiri. Beberapa fitur-fitur Facebook ini adalah *friends list*, *status*, *messages*, dan *groups* (Nadkarni & Hofmann, 2012). Adanya konten-konten yang diunggah informan serta proses di balik bagaimana mereka mempergunakan media sosial yang mereka minati hendak untuk peneliti jadikan sebagai bahan analisis

1.7.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara mengelompokkan data penelitian untuk nantinya dijelaskan relasi antara satu dengan yang lainnya (Ahimsa-Putra, 2007). Pada penelitian kualitatif, data dianalisis secara induktif, di mana peneliti menafsirkan data penelitian untuk membangun suatu pemahaman baru atas gejala yang diteliti (Sarwono, 2006 : 282). Penelitian ini secara utama ingin membangun suatu pemahaman baru mengenai apa saja jenis *mediated practice* yang dilakukan oleh para mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z dalam mempelajari feminisme serta melakukan gerakan feminisme dalam media sosial mereka.

Untuk mencapai analisis tersebut, peneliti akan pertama mengumpulkan data berupa hasil wawancara mendalam serta observasi terhadap media sosial pilihan milik para mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z. Data dari wawancara mendalam berbentuk sebagai transkrip, sementara data dari hasil observasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) dari konten-konten yang diunggah oleh para mahasiswa-mahasiswi feminis generasi Z.

Setelah itu, hasil dari wawancara mendalam akan melalui proses *coding*. Peneliti akan memberi label-label tanda pada teks transkrip wawancara dari tiap informan, memperhatikan secara utama terhadap penggunaan media sosial milik informan yang mencerminkan teori yang telah ditetapkan. Peneliti lalu mengelompokkan label tanda tersebut ke dalam beberapa kategori atau sub tema. Hasil dari observasi yang berupa hasil tangkapan layar konten-konten yang

diunggah informan akan juga ikut dikelompokkan berdasarkan dengan sub tema yang telah ditentukan dalam proses *coding* transkrip wawancara

Setelah transkrip wawancara dan hasil observasi telah dikelompokkan, peneliti akan membangun analisis untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan. Peneliti akan mempergunakan hasil observasi dari media sosial milik para informan yakni gambar-gambar konten yang mereka unggah sebagai data pendukung dari transkrip wawancara, demi memberi gambaran lebih jelas mengenai *mediated practice* yang dilakukan para informan.