



Martabat: Jurnal Perempuan dan Anak

ISSN (p): 2581-2076; ISSN (e): 2581-0472

Vol. 4 No. 1 Juli 2020, pp. 111-136

DOI: dx.doi.org/10.21274/martabat.2020.4.1.111-136

CYBERFEMINISM: COUNTER ATAS KOMODIFIKASI TUBUH PEREMPUAN DI MEDIA BARU

Riska Hidayatul Umami

UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta

riskatacin@gmail.com

Abstract: The existence of new media has encouraged every individual to actively participate in it. Cyberfeminism is one of the important ideas that was born from the existence of the new media. Where new media becomes a crucial issue that is expected to be a place for women to achieve liberation. However, the presence of new media does not necessarily automatically eliminate gender injustice in the public sphere. Even new problems arise precisely from the existence women to be totally empowered through the techno-cultural space. This problem is present in the form of the commodification of women's bodies in new media, which is carried out by women as subjects. So what happens is precisely patriarchal perpetuation and the power of men's minds in the media. This is certainly a new homework for cyberfeminis. This paper focuses on describing the role of cyberfeminis in the efforts to counter the massive commodification of women's body in new media, which also continues to be overshadowed by the discourse of masculinity or male domination. The method used in this research is descriptive-analytics, using cyberfeminism as

a tool of analysis. The results of this study reveal that cyberfeminis at least succeeded in creating a feminism-based literacy network, existing in social media as an attempt to counter ideology from the existence of discounted feminism by capitalism.

Key Words: *Cyberfeminism, New Media, Commodification, Women's Bodies.*

Abstrak: Keberadaan media baru telah mendorong setiap individu untuk ikut aktif berinteraksi di dalamnya. *Cyberfeminism* merupakan salah satu gagasan penting yang lahir dari keberadaan media baru tersebut. Di mana media baru menjadi isu krusial yang diharapkan bisa menjadi wadah perempuan mencapai pembebasan. Namun, hadirnya media baru tidak lantas bisa secara otomatis menghapuskan adanya ketidakadilan gender di ruang publik. Problem baru muncul dari adanya usaha perempuan untuk secara total berdaya lewat ruang technobudaya. Masalah tersebut hadir dalam bentuk komodifikasi tubuh perempuan dalam media baru, yang dilakukan oleh perempuan sebagai subjek. Sehingga yang terjadi justru pelanggaran patriarkhal dan kuasa pikiran laki-laki dalam media. Hal ini tentu menjadi pekerjaan rumah baru bagi para cyberfeminis. Tulisan ini fokus menguraikan bagaimana peran cyberfeminis dalam upaya meng-counter massifnya komodifikasi tubuh perempuan dalam media baru, yang juga terus dibayangi oleh diskursus maskulinitas atau dominasi laki-laki. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-analitis, dengan menggunakan *cyberfeminism* sebagai alat analisis. Adapun hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa cyberfeminis setidaknya berhasil membuat jaringan literasi berbasis feminisme, eksis di media sosial sebagai upaya konter ideologi dari adanya discounted feminism oleh kapitalisme.

Kata Kunci: *Cyberfeminism, Media Baru, Komodifikasi, Tubuh Perempuan.*

PENDAHULUAN

Keberadaan media baru¹ telah mendorong setiap individu untuk ikut aktif berinteraksi di dalamnya. Internet, sebagai unsur paling penting dalam perkembangan media baru telah menghapus jarak beserta ketidakmungkinan-ketidakmungkinan yang ada sebelumnya. Akses cepat, jangkauan luas serta berbagai macam kemudahan lain, membuat pengguna media baru bertambah setiap waktu. Hal ini sudah barang tentu membawa dinamika perubahan terutama pada cara interaksi antar individu. Media baru sebagaimana yang dikatakan oleh Salim Alatas telah memberikan manusia sebuah ruang berpikir dan bergerak yang bebas.² Masing-masing dapat dengan leluasa mendapatkan akses informasi, mengekspresikan diri, mengambil peran dan kesempatan bahkan mendapat identitas yang baru.

Adapun identitas baru tersebut dapat disesuaikan dengan keinginan individu. Mau tidak mau, suka atau tidak suka, *cyberspace* pada kenyataannya memang telah membuat batas identitas lebur. Individu akan dapat dengan mudahnya mengganti jenis kelamin, karakter dan identitas yang tidak harus selaras dengan apa yang telah ditentukan dan didapatkan dari struktur sosial di dunia nyata. Jika mengacu Berger dan Luckmann, konstruksi identitas itu sangat mungkin terjadi, mengingat identitas merupakan pemberian dari hasil interaksi sosial, yang dipelihara dan kemudian dimodifikasi menjadi identitas

¹ Media baru (*new media*) merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut beragam perangkat teknologi komunikasi, yang tersaji dengan lebih massif dan keterhubungan yang lebih luas. McQuail menyebutkan bahwa media baru sudah digunakan sejak 1960-an. Ciri yang paling menonjol dari media baru adalah digitalisasi, karakter yang terbuka dan ada di mana-mana. Lihat: Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011): 43.

² Salim Alatas and Vinnawaty Sutanto, "Cyberfeminisme dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Baru," *Jurnal Komunikasi Pembangunan* XVII, No. 2 (July 2019): 165.

individu.³ Namun akan berbeda dengan identitas baru yang didapat ketika di dunia virtual. Seseorang akan bisa memiliki lebih dari satu identitas dan masing-masing bisa sama sekali berbeda.

Leburnya batas identitas tersebut pada gilirannya telah membawa dampak positif dengan semakin meningkatnya peran perempuan di media. Lewat media baru, perempuan seperti mendapat ruang yang lebih terbuka untuk bisa mengenali kediriannya. Ia bukan lagi subjek pasif yang sekadar menerima dan mengonsumsi isi berita, tapi juga menjadi aktor atau pemain yang memiliki banyak peran. Sejak awal kemunculannya, dunia virtual atau *cyberspace* memang digaungkan dapat membawa perubahan yang signifikan bagi kemandirian perempuan, sehingga ia bisa lebih berdaya, mampu menyuarakan isi kepalanya dan memutus mata rantai budaya patriarki yang selama ini masih bersarang di benak setiap orang.⁴

Berangkat dari asumsi itulah, para feminis kian gencar menyuarakan pemberdayaan perempuan lewat media baru. Di mana *cyberspace* menjadi ruang berinteraksi dan wadah pembebasan dari dominasi maskulinitas yang paling mungkin dilakukan secara massif. Istilah *cyberfeminism* yang kemudian lahir, mulai membuka diri pada perdebatan perempuan dan teknologi baru di era 1980-an.

Alatas dan Sutanto dalam artikelnya yang berjudul ‘*Cyberfeminism* dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Baru’ menyebutkan bahwa *cyberfeminism* merupakan jalan pembebasan bagi perempuan, baik dari adanya subordinasi maupun dari penguasaan atau dominasi laki-laki terhadap

³ Peter L. Berger and Thomas Luckmann, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan Realitas Tentang Sosiologi Pengetahuan* (Jakarta: LP3ES, 1990), 238.

⁴ Rina Sari Kusuma and Yuan Vitasari, “Gendering the Internet: Perempuan Pada Ruang Gender Yang Berbeda,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.14, No.1 (June 2017): 126.

teknologi.⁵ Selain itu munculnya dunia anonimitas juga membuat hilangnya hambatan-hambatan yang kerap dialami perempuan di dunia nyata, terkait konstruk sosial masyarakat yang kaku dan juga hambatan fisik yang sering membuat perempuan tidak percaya diri dalam berekspresi. Dengan kata lain, *cyberspace* telah benar-benar menjadi ruang yang membebaskan individu, terutama perempuan dari keterbatasannya.⁶

Bagi para *cyberfeminis*, media baru harus bisa dikuasai secara penuh untuk meneruskan perjuangan feminisme dalam mencari keadilan dan kesetaraan berbasis gender. Seperti yang disebutkan Judy Wajcman dalam *Alatas*, media baru yang berbasis internet sangat mungkin digunakan membangun masyarakat baru yang menyadari adanya keragaman. Cynthia Cockburn kemudian menambahkan selain harus dengan rekonseptualisasi teknologi, perempuan juga perlu lebih aktif dan memahami penggunaan media baru.⁷ Dalam menanggapi hal ini, Dewi Candraningrum mengungkapkan bahwa *cyberfeminism* perlu dirawat sebagai salah satu ruang publik untuk memperkuat autentisitas dan nilai-nilai aktivisme.⁸

Selain itu Trisna Andarwulan dalam tulisannya '*Cyberfeminis: Wajah Baru Pembebasan Diri Kaum Perempuan*' juga membahas mengenai dampak positif dari adanya media baru, yakni memberikan ruang tak terbatas pada individu yang ingin membebaskan diri dari keterikatan pada aturan, yang kemudian kerap membuat ruang gerakanya menjadi terbatas. Adanya media baru yang sangat terbuka juga memberi napas hidup bagi gerakan perempuan

⁵ Alatas and Sutanto, "Cyberfeminisme dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Baru," 173.

⁶ *Ibid.*, 174.

⁷ *Ibid.*, 170-172.

⁸ Dewi Candraningrum, "Industrialisasi dan Seksualisasi Perempuan dalam Media," org, *Jurnal Perempuan*, September 22, 2014, accessed December 13, 2019 <https://www.jurnalperempuan.org/blog/dewi-candraningrum-industrialisasi-dan-seksualisasi-perempuan-dalam-media>.

untuk saling berkomunikasi satu dengan yang lain secara lebih intens. Bagi Trisna, keberadaan *cyberfeminism* merupakan pencapaian yang penting dalam upaya perempuan menghilangkan sekat dan batas-batas yang mengungkung keutuhannya. *Cyberfeminism* pada akhirnya dikatakan sebagai ruang untuk perempuan dalam mendapatkan identitas baru, yang bisa mereka gunakan untuk memperjuangkan lakon hidup sesama perempuan.⁹

Namun demikian, bukan berarti keberadaan *cyberfeminis* ini telah mampu mewujudkan seluruh cita-cita feminisme. Ada banyak aspek yang masih timpang terjadi ketika individu kembali ke realitas sosialnya. Pengaburan gender yang terjadi ketika berada di dunia virtual atau keberagaman identitas yang bisa didapatkan lewat *cyberspace* belum bisa membuat beban ganda yang kerap dialami perempuan berkurang. Bahkan seringkali menjadi berlipat-lipat bebannya (*multi-burden*) ketika tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan menjadi kabur batasannya.¹⁰ Di sini komodifikasi atas tubuh perempuan mengalami pergeseran lokus, tidak hanya lewat media komersil konvensional akan tetapi juga lewat media baru. Keberadaan internet tidak hanya menarik untuk menghubungkan individu dengan orang-orang dari seluruh dunia akan tetapi juga menarik pemodal untuk mendapatkan nilai tukar lebih banyak. Komodifikasi terhadap tubuh perempuan dalam hal ini, selalu dilakukan dengan basis kapital dan terus bertransformasi bahkan masuk ke dalam ruang psiko-sosial, mendiskon feminisme dan menghadirkan bentuk-bentuk pembebasan yang semu. Perempuan tidak lagi sekedar objek komodifikasi tapi juga telah

⁹ Trisna Andarwulan, "Cyberfeminis: Wajah Baru Pembebasan Diri Kaum Perempuan," *Kafa'ah Journal* VII (2017): 96.

¹⁰ Candraningrum, "Industrialisasi dan Seksualisasi Perempuan dalam Media."

mengomodifikasi tubuhnya sendiri dalam rangka mendapatkan keuntungan, baik materiil maupun eksistensi.¹¹

Baik Alatas dan Sutanto maupun Trisna telah menjabarkan mengenai konsep *cyberfeminism*, ruang lingkup gerakan dan tantangan-tantangan yang perlu dihadapi, akan tetapi dalam dua artikel tersebut absen mengupas bagaimana kemudian *cyberfeminis*—dengan segala tawaran yang utopis—bisa menjadi konter ideologi atas massifnya komodifikasi tubuh perempuan di media baru sebagaimana yang terjadi saat ini. Kaitannya dengan komodifikasi tubuh perempuan dalam *cyberspace*, hal ini memang pekerjaan rumah baru bagi para *cyberfeminis*. Ruang yang sejak awal dianggap sebagai lahan basah tempat menuangkan ide-ide kesetaraan dan keadilan gender, pada akhirnya juga tidak lepas dari bayang-bayang kapitalisme. Dari paparan tersebut, tulisan ini fokus menguraikan bagaimana peran *cyberfeminis* dalam upaya mengkonter massifnya komodifikasi tubuh perempuan dalam media baru, yang juga terus dibayangi oleh diskursus maskulinitas.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif-analitis. Adapun yang dimaksud dengan metode deskriptif yakni berusaha menjelaskan secara detail atau mendeskripsikan hasil temuan yang berupa data-data secara akurat, memberi gambaran yang terperinci terkait objek yang diteliti. Setelah semua data terkumpul barulah dilakukan analisis yang mendalam terhadap data-data tersebut, sehingga nantinya dapat diperoleh kesimpulan yang bisa dipertanggungjawabkan.

Adapun dalam konteks penelitian kali ini, secara spesifik penulis hanya melakukan studi kepustakaan terkait topik yang diteliti yakni

¹¹ Gabriella Devi Benedicta, “Dinamika Otonomi Tubuh Perempuan: Antara Kuasa dan Negosiasi atas Tubuh,” *Masyarakat, Jurnal Sosiologi* XVI, 2 (July 2011): 147.

cyberfeminism, baik melalui buku, artikel jurnal maupun makalah yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian. Beberapa platform yang relevan dipilih guna memberikan penjelasan mengenai kontribusi dan contoh konkret dari keberadaan cyberfeminis di media baru, seperti Magdalene.co, Konde.co dan beberapa akun instagram. Adapun uraian data dan hasil analisis, akan dipaparkan secara detail dan terstruktur dalam pembahasan. yang dirujuk. Selain itu, pandangan *cyberfeminism* yang menjadi titik pusat pertemuan antara teknologi baru dan perempuan juga digunakan sebagai alat analisis untuk memperdalam temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cyberfeminism; Dari Masa ke Masa

Donna Haraway menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keberadaan *cyberfeminis*. Lebih dulu ia mengawali pembahasan soal *cyborg*. Kelahiran istilah ini merupakan metafor yang dipakai sebagai bentuk perlawanan terhadap kuasa bahasa di ruang teknologi. *Cybernetic organism* (*cyborg*) merupakan kombinasi atau penyatuan antara manusia dengan mesin, yang mengandaikan terlepasnya batas-batas pendikotomian *nature* dengan *culture*, termasuk antara laki-laki dan perempuan. Bagi Haraway, *cyborg* dapat menciptakan ruang realitas sosial baru sebagaimana *science fiction* bekerja, yakni tanpa batas.¹²

Term *cyborg* selanjutnya digunakan oleh para feminis untuk mengatasi adanya kontrol terhadap individu, yang sebelumnya membuat mereka tidak bisa keluar dari oposisi binner yang telah ada. Dalam teori yang dibangun, *cyborg* melihat manusia merupakan produk ilmu pengetahuan dan teknologi. Sementara teknologi sebagai sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dengan

¹² Diterjemahkan dari Donna Haraway, "A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century," *New York: Routledge* (1991): 149.

manusia, maka sangat memungkinkan terjadinya konstruksi identitas di dalam media baru. Adanya teknologi memungkinkan relasi yang dibangun oleh manusia laki-laki dengan perempuan, manusia dengan alam, manusia dengan teknologi dan lain sebagainya, menjadi sangat beragam. Relasi tersebut tercermin dalam bentuk afiliasi, saling membangun solidaritas baru atau bahkan dalam bentuk relasi yang eksploitatif.¹³

Lebih lanjut Haraway, sebagaimana yang dikutip Dewi Candraningrum,¹⁴ menekankan pada aspek pemenuhan kebutuhan perempuan akan teknologi informasi dan komunikasi. Menurutnya, perempuan hanya akan berdaya secara utuh, apabila mendapatkan akses ke teknologi dan ilmu pengetahuan. Sains perlu dipelajari oleh perempuan. Sebab dengan begitu, perempuan dapat meraih kembali kedaulatan dan kemerdekaan atas tubuhnya. Namun jika memilih untuk tidak memanfaatkan sains dan teknologi, maka perempuan harus bersiap untuk tetap menjadi manusia kedua dan akan terus menjadi objek eksploitasi.

Berkenaan dengan istilah *cyberfeminism*, sebagaimana dikutip oleh Salim Alatas dari *Dictionary of Media Studies* merupakan studi tentang keberadaan teknologi baru serta pengaruhnya pada isu-isu perempuan.¹⁵ Adapun menurut Sadie Plant, sebagaimana dikutip Sarah Gambel, yang dimaksud dengan *cyberfeminism* yakni ruang pengakuan yang menegaskan bahwa patriarki telah mati. Jadi *cyberfeminism* merupakan wujud dari teknologi

¹³ Wening Udasmoro, "Politik Tubuh, Donna Haraway: Cyborg Feminist Manifesto" (Presented at the Discussion Series on Media & Cultural Studies, Sekolah Pascasarjana UGM, December 6, 2019).

¹⁴ Candraningrum, "Industrialisasi dan Seksualisasi Perempuan dalam Media."

¹⁵ Salim Alatas, "Cyberfeminisme: Mencari Hubungan Teknologi, Media Baru dan Feminisme," *wordpress.com*, *Salim Alatas*, November 2, 2013, accessed December 13, 2019, <https://salimalatas.wordpress.com/2013/11/02/cyberfeminisme-mencari-hubungan-teknologi-media-baru-dan-feminisme/>.

informasi yang mampu memberikan dampak kepada manusia berupa kehilangan identitas, mendapatkan identitas baru sekaligus membebaskan manusia dari batas-batas, menerobos sekat antara mesin dan manusia.¹⁶

Damayanti, dalam tulisannya mengatakan bahwa sejak 90-an *cyberfeminis* telah mengambil peran dalam dunia *cyberspace*, terutama untuk dapat mengalisis secara kritis relasi yang terjadi antara individu, teknologi dan internet sebagai sumber media baru. Analisis tersebut penting dalam rangka menentukan langkah yang bisa diambil oleh para *cyberfeminis* kaitannya dengan penguasaan media baru sebagai basis perjuangan.¹⁷ Keberadaan banyak media sosial turut menyokong meningkatnya individu yang melek media. Ini sekaligus memberi kesempatan lebih besar bagi para perempuan untuk saling menjalin koneksi dan komunikasi. Hal ini juga yang kemudian memperkenalkan kita dengan *cyberculture*.

Dalam *cyberculture*, ada dua kategori yang memiliki praktik berbeda. *Pertama*, *cyberfeminism online* yakni lebih menekankan pada aspek terjalinnya relasi antara perempuan dengan dunia *cyber*. Hal yang lebih ditonjolkan adalah eksistensi individu yang memiliki beragam peluang untuk mendapatkan lebih dari satu identitas baru. Di mana hal tersebut dapat menyokong keterwakilan perempuan yang merupakan bagian minoritas di dunia nyata, sehingga bisa leluasa menjalin jejaring sosial. *Kedua*, *online feminism* merupakan bagian yang menggunakan *cyberspace* sebagai basis memajukan agenda-agenda feminisme, termasuk menyebarkan informasi dan tujuan keberadaan kaum feminis. Adapun yang menjadi persamaan dari keberadaan dua ruang ini adalah

¹⁶ Sarah Gambel, *Pengantar Memahami Feminisme Dan Postfeminisme* (Yogyakarta: Jelasutra, 2010).

¹⁷ Maria Nala Damayanti, "Perempuan Dan Cyberspace Dalam Pandangan Cyberfeminism: Studi Kasus Website Berlabel 'Ibu,'" in *Language in the Online and Offline World 3: The Transformation* (Presented at the Proceedings; A National Conference by the English Department, Petra Christian University, Petra Christian University, 2019), 53.

masing-masing mengabaikan peran gender dan lebih fokus pada peluang-peluang apa yang bisa didapatkan dari adanya media baru tersebut.¹⁸

Wajah Baru Cyberfeminism

Kehadiran *cyberfeminism* dalam media baru merupakan ikhtiar untuk mencari jalan keluar atas persoalan yang tidak pernah selesai dihadapi oleh perempuan, yakni ketimpangan, ketidaksetaraan dan ketidakadilan gender. Media baru yang dianggap memenuhi konteks yang lebih netral menjadi sarana yang tepat untuk menjadi ruang perjuangan bagi para *cyberfeminis* dalam mendapatkan tujuan dan cita-cita luhur feminisme. Lewat ruang ini, masing-masing perempuan dapat terlibat secara aktif dalam segala bidang, baik sosial, ekonomi, budaya maupun politik. Akses informasi yang terbuka untuk siapa saja, juga mendukung tercapainya kesetaraan gender. Selain itu perempuan juga bisa bebas mengekspresikan diri, karena *cyberspace* menawarkan dunia anonimitas sebagai jalan keluar dari hambatan-hambatan yang selama ini dialami perempuan di realitas sosialnya.

Cyberfeminis dianggap sebagai wajah baru dalam perjuangan panjang feminis baik liberal maupun radikal, untuk bisa keluar dari sistem dan budaya masyarakat yang masih kental dengan patriarkinya.¹⁹ Selama kemunculannya, *cyberfeminism* memang terbukti membawa pengaruh yang cukup signifikan terhadap kemajuan berpikir perempuan dari berbagai kalangan. Di Indonesia sendiri, telah ditemukan banyak portal media online yang eksis dengan mengusung semangat *cyberfeminism*. Misalnya saja Magdalene.co yang aktif menyuarakan isu-isu sensitif mengenai perempuan, ketidakadilan yang dialami kaum minoritas, perlindungan terhadap anak dan lain sebagainya.

¹⁸ *Ibid.*, 53–54.

¹⁹ Andarwulan, “Cyberfeminis: Wajah Baru Pembebasan Diri Kaum Perempuan.”

Kehadiran Magdalene.co, oleh penggagasnya digunakan sebagai konter wacana atas maraknya media-media yang mengatasnamakan perempuan tapi tidak hadir untuk kebutuhan dan kepentingan perempuan. Hal tersebut sebagaimana yang pernah dikatakan oleh penggagas situs Magdalene.co, Devi Asmarani ketika diwawancarai oleh pihak *whiteboard journal*. Dalam wawancara tersebut, Devi mengungkapkan bahwa keberadaan gerakan perempuan sudah ada sejak lama bahkan sebelum era Soeharto berkuasa. Meskipun tidak menggunakan kata feminis, akan tetapi gerakan-gerakan tersebut memiliki tujuan yang sama. Bedanya, saat ini perempuan juga dihadapkan pada tantangan baru yang lebih kompleks. Maka Magdalene.co hadir sebagai wadah untuk saling berkomunikasi sekaligus menjadi konter atas narasi-narasi yang menempatkan perempuan sebagai pihak yang objek yang tidak punya posisi yang setara.²⁰

Selain situs Magdalene.co ada juga konde.co yang turut mengawal isu-isu perempuan. Media alternatif yang berbasis online ini digagas dengan tujuan mengelola ruang publik agar lebih ramah terhadap perempuan, terutama bagi kelompok-kelompok yang termarginalkan, terdiskriminasi, sehingga mampu berserikat dan berekspresi. Di media sosial seperti instagram, facebook maupun twitter ada beberapa akun yang juga fokus menyoroti isu perempuan seperti @lawanpatriarki, @indonesiafeminis, @forumperempuanfilsafat dan beberapa akun lain yang aktif menyuarakan keadilan dan kesetaraan gender.

Media sosial memang memiliki peran yang krusial dalam membantu para *cyberfeminis* menyebarkan gagasan dan konten-konten yang mendobrak patriarki. Misalkan tulisan Rini Hartono yang merupakan Sekjend Aksi

²⁰ Wintang Warastri, "Memahami Feminisme Bersama Inisiator Magdalene, Devi Asmarani," *Www.Whiteboardjournal.Com*, June 19, 2019, accessed December 27, 2019, <https://www.whiteboardjournal.com/ideas/media/memahami-feminisme-bersama-inisiator-magdalene-devi-asmarani/>.

Perempuan Indonesia Kartini di salah satu situs bernama *berdikarionline.com*. Dalam tulisan berjudul 'Bisakah Medsos Membebaskan Perempuan dari Domestikasi?' Rini memberikan beberapa poin terkait dampak positif adanya media sosial bagi perempuan. Menurutnya media sosial telah membawa angin segar dengan memberikan ruang kepada ibu rumah tangga mengungkapkan persoalan yang dihadapi termasuk jika ada kasus kekerasan dalam rumah tangga. Kemudian media sosial juga telah menjadi wadah berekspresi dan bertukar informasi. Pengetahuan tentang banyak hal juga bisa didapatkan cukup dengan media sosial, dengan catatan pandai memilih dan memilah informasi. Kemudian lewat media sosial, perempuan juga bisa mapan secara ekonomi. Hal ini karena perempuan mulia pandai memanfaatkan peluang, termasuk menjadi penjual online.²¹

Semangat yang dibawa oleh masing-masing perempuan, yang tergabung dalam akun website dan intagram tersebut menandakan adanya kolektivitas perjuangan atas nama keadilan dan kesetaraan. Keberadaannya turut menjawab pertanyaan mengenai peran perempuan dalam pemanfaatan media baru. Hal yang kemudian masih terasa luar biasa adalah ketika menyadari internet sebagai lahan terbuka, telah menghadirkan ruang bebas tanpa memedulikan perbedaan gender, ras, etnis maupun agama. Dengan begitu internet juga akan terhindar dari aspek-aspek yang timpang dan bias.²² Adanya dorongan agar masing-masing individu ikut berpartisipasi dalam proses komunikasi, membuat mereka yang merasa terisolasi menjadi punya wadah berekspresi. Inilah yang nantinya dapat menjadi jalan bagi *cyberfeminism* untuk menjalin relasi-relasi yang lebih luas dan massif.

²¹ Rini Hartono, "Bisakah Medsos Membebaskan Perempuan dari Domestikasi?," *berdikarionline*, April 19, 2018, accessed December 15, 2019, <http://www.berdikarionline.com/bisakah-medsos-membebasakan-perempuan-dari-domestikasi/>.

²² Damayanti, "Perempuan Dan Cyberspace Dalam Pandangan Cyberfeminism: Studi Kasus Website Berlabel 'Ibu,'" 52.

Tantangan Komodifikasi Tubuh

Tubuh perempuan dalam sebuah kesempatan dianggap tak lebih sebagai ornamen. Definisi yang demikian tentu tidak bisa dilepaskan dari konstruksi budaya yang ada di masyarakat. Di mana dalam banyak budaya, yang berkembang adalah nalar patriarkhal, yang menempatkan perempuan sebagai liyan atau *the others*. Budaya tersebut juga kental dengan dominasi laki-laki, bahwa semua norma adalah dari pikiran khas laki-laki²³. Sehingga perempuan kerap tidak mendapatkan tempat yang layak dalam relasi sosial bermasyarakat. Bahkan perempuan seringkali harus menerima hierarki pemaknaan atas tubuhnya, entah itu soal ideal, normal atau indah dan tidak indahnya, lewat konstruksi budaya di mana ia tinggal.²⁴

Sejak modernitas lahir, tubuh individu memang tidak lagi bisa dikatakan otonom. Otonomi atas tubuh yang merupakan serangkaian upaya individu –dalam hal ini perempuan– untuk menjadikan tubuhnya utuh, terbebas dari jajahan individu atau pihak lain, justru terlihat sia-sia karena masing-masing tubuh sudah berada di dalam kontrol dan kendali ideologi tertentu. Syahputra yang mengutip pandangan Rogers²⁵ mengatakan bahwa tubuh individu yang ada saat ini merupakan tubuh yang dibangun dari adanya budaya konsumtif. Praktik konsumsi yang disokong kemajuan teknologi kemudian juga membuat tubuh perempuan terus menerus mengalami eksploitasi dan komodifikasi.

Seperti disampaikan sebelumnya, komodifikasi atas tubuh perempuan bukan hal yang baru saja lahir. Jauh sebelum media baru santer didengungkan, proses komodifikasi beserta teori-teori yang menguraikan

²³ Benedicta, “Dinamika Otonomi Tubuh Perempuan: Antara Kuasa dan Negosiasi atas Tubuh,” 144.

²⁴ Aquarini Priyatna Prabasmoro, “Representasi Seksualitas Perempuan dalam Tiga Novel Karya N.H. Dini” (Pascasarjana Universitas Indonesia, 2003).

²⁵ Iswandi Syahputra, “Membebaskan Tubuh Perempuan dari Penjara Media,” *Musawa XV*, 2 (July 2016): 157–180.

jenis-jenisnya telah lahir lewat media konvensional. Dalam media tersebut, tubuh perempuan merupakan komoditas yang sangat laku dipasarkan. Keberadaan perempuan di jagad iklan dapat membawa peluang bisnis yang mendatangkan banyak keuntungan, bagi pemegang kuasa atau pemilik modal. Menurut Mosco, seperti dikutip Cininta dan Utari, yang dimaksud dengan komodifikasi adalah proses pengubahan objek produksi, baik berupa barang maupun jasa yang memiliki nilai guna menjadi komoditas yang punya nilai tukar ketika dipasarkan.²⁶

Sebagaimana yang dikatakan Marx dalam kajiannya soal komoditas, setiap objek produksi atau komoditas memiliki nilai guna atau nilai pakai dan nilai tukar. Nilai guna merupakan nilai yang dimiliki oleh objek, yang hanya bisa dipakai baik oleh diri sendiri maupun oleh orang lain. Sementara nilai tukar adalah nilai yang terdapat pada objek produksi. Selain bisa dipakai secara langsung, objek atau komoditas tersebut juga dapat dipertukarkan di pasar, bisa dengan uang atau dengan bentuk komoditas yang lain.²⁷

Berkenaan dengan komodifikasi sebagaimana diungkapkan di atas, pada perkembangannya tidak hanya barang dan jasa yang menjadi objek kapital, tapi tubuh juga tidak lepas dari potensi digadaikan atas nama keuntungan. Hal yang paling terlihat adalah pada komodifikasi tubuh perempuan dalam media massa yang dimulai pada era 70-an. Mitos kecantikan, dengan menggunakan perempuan sebagai agen komoditas untuk menyokong produk-produk berkapital—seperti alat make-up, peninggi tubuh, krim pemutih, obat pelangsing dan lain-lain—diumpar oleh perusahaan yang bergerak untuk mendapatkan konsumen perempuan sebanyak-banyaknya. Di

²⁶ Alissa Putri Cininta and Prahastiwi Utari, “Komodifikasi Perempuan Dalam Media Baru (Analisis Media Siber Terhadap Komodifikasi Perempuan Dalam Akun Instagram @uns.Cantik Di Kalangan Mahasiswa UNS)” (2018): 4, www.jurnalkommas.com.

²⁷ Karl Marx, *Kapital, Sebuah Kritik Ekonomi Politik* (Jakarta: Hasta Mitra, 2004), 16.

sini, perempuan sekaligus memiliki peran dalam membangun opini publik mengenai apa yang didefinisikan sebagai kecantikan. Begitu pula media massa memerankan diri sebagai pembangun gagasan dan persepsi khalayak, sehingga orang akan dengan mudah percaya.²⁸

Selain konsep kecantikan, komodifikasi atas tubuh perempuan juga terkait dengan seksualitas. Dalam hal ini para elit kapitalis kerap menggunakan tubuh perempuan sebagai komoditas yang dapat mengendalikan hasrat, imajinasi kolektif dan selera masyarakat lewat serangkaian ilusi, hiburan malam dan iklan-iklan yang merubah gaya hidup. Manipulasi yang dilakukan pada tubuh perempuan dengan menjadikannya objek sekaligus subjek konsumsi industri dan media, terus dilakukan karena tubuh perempuan merupakan salah satu komoditas yang tidak pernah kehilangan nilai tukar.²⁹ Objektivikasi yang terjadi pada tubuh perempuan menandakan adanya kekuatan di luar dirinya. Sementara ketika menjadi subjek, perempuan secara sadar mengomodifikasi dirinya sendiri untuk mendapatkan keuntungan. Meski dipandang berbeda, pada dasarnya perempuan tetap tinggal sebagai komoditas yang dipertukarkan oleh pemilik modal.

Hingga saat ini, perempuan tidak pernah bisa lepas dari perkara menjadi objek maupun subjek kapitalisme global. Sebab tidak hanya berhenti pada media konvensional, praktik komodifikasi atas tubuh perempuan juga terjadi di dalam ruang *cyberspace*. Ini merupakan dampak lain dari ketiadabatasan media baru, yakni juga membuka ruang seluas-luasnya untuk para pemodal berinvestasi dan mencari kapital. Adapun contoh praktik komodifikasi di ruang *cyberspace* tersebut, sebagaimana hasil penelitian Cininta

²⁸ Muhammad Rais, "Identitas Tubuh dalam Industri Komodifikasi," *Mimikri* 5, 1 (2019): 50.

²⁹ Benedicta, "Dinamika Otonomi Tubuh Perempuan: Antara Kuasa dan Negosiasi atas Tubuh," 149.

dan Utari yang menganalisis terjadinya komodifikasi perempuan lewat akun-akun media sosial instagram seperti @uns.cantik.³⁰ Pada akun tersebut komodifikasi yang terjadi adalah pada konten atau isi akun yang memajang foto-foto mahasiswi yang dianggap cantik dengan standar tertentu, dengan tujuan memperbanyak pengikut, *like*, dan *endorse*. Dari proses ini, pemilik akun akan lebih mudah mendapat keuntungan berlipat berupa materi dan tawaran event.

Adanya komodifikasi tubuh perempuan dalam media baru juga tercermin dari hasil penelitian Damayanti terkait beberapa website yang menggunakan label ibu. Dari hasil penelitiannya, ditemukan beberapa akun seperti infoibu.com, infoibuhamil.com, ibuprofesional.org dan beberapa akun lain yang berisi informasi seputar kegiatan ibu rumah tangga, pengalaman mendidik anak, forum diskusi dan resep masakan. Meskipun dalam akun-akun tersebut perempuan sudah lebih berani mengungkapkan argumen lewat diskusi daring, akan tetapi penulis menyimpulkan bahwa anggota di platform tersebut justru diarahkan mencapai standar ibu yang ideal dalam kacamata patriarkhal, selain juga menjadi agen komoditas yang konsumtif.³¹

Dari kedua hasil penelitian tersebut, kiranya menjadi bukti dasar bahwa komodifikasi atas tubuh perempuan juga menyasar perempuan-perempuan yang berdaya lewat media baru. Hal ini seakan menjadi pembenar atas apa yang pernah dikatakan Marx, bahwa kapitalisme memang tidak akan pernah berhenti selama mesin eksploitatifnya –termasuk juga perempuan– masih ada. Komodifikasi yang telah merambah pada dunia *cyberspace*, tidak

³⁰ Cininta and Utari, “Komodifikasi Perempuan Dalam Media Baru (Analisis Media Siber Terhadap Komodifikasi Perempuan Dalam Akun Instagram @uns.Cantik Di Kalangan Mahasiswa UNS.”

³¹ Damayanti, “Perempuan Dan Cyberspace Dalam Pandangan Cyberfeminism: Studi Kasus Website Berlabel ‘Ibu.’”

lain merupakan bentuk transformasi yang dilakukan oleh kapitalisme dalam rangka mencari bidang garapan yang lebih menguntungkan dan langgeng. Sebelumnya, kapitalisme hanya menysasar kelas proletar untuk dieksploitasi, kemudian menemukan bahwa tubuh perempuan memiliki nilai tukar yang lebih menggiurkan, hingga akhirnya menysasar pada ranah eksploitasi tubuh perempuan lengkap dengan seksualitasnya.³²

Selain itu, transformasi yang dilakukan oleh kapitalisme juga berhasil mendiskon habis-habisan feminisme. Sehingga banyak perempuan pengguna media online dengan semangat pembebasan, seringkali justru terjerembab pada kesadaran palsu mengenai kebebasannya. Misalkan saja mengenai standar kecantikan yang awalnya ditunggalkan, kini bergeser. Di media online, banyak dijumpai komunitas-komunitas yang menyandarkan kecantikan tidak lagi hanya pada kulit putih, mulus, harus langsing dan lain sebagainya. Akan tetapi juga mengkampanyekan adanya definisi dan standar cantik versi lain—tidak harus putih, tinggi dan ramping—dengan mengekspresikan karakter, dan lain sebagainya.³³ Meskipun pada akhirnya standar-standar kecantikan tersebut tetap tidak bisa lepas dari konstruksi kapitalis yang kemudian menjadikan perempuan tetap sebagai komoditas pasar sekaligus konsumen.

Cyberfeminism dan Konter Ideologi

Tidak sedikit kalangan yang menyatakan bahwa apa yang diperjuangkan oleh *cyberfeminism* ini merupakan sesuatu sangat utopis. Misalnya kalangan esensialis, mereka memandang ide-ide Sadie Plant terkait

³² Rais, “Identitas Tubuh dalam Industri Komodifikasi,” 52.

³³ Satu contohnya dalam artikel ini, dimunculkan pandangan bahwa setiap perempuan terlahir berbeda, sehingga cantik pun tidak selalu dengan standar yang sama. Lihat: “Make Over Ajak Wanita Indonesia Lebih Berani Mengekspresikan Diri Melalui Kampanye #AllEyesOnYou,” *Beauty Journal*, last modified April 2017, accessed July 18, 2020, <https://journal.sociolla.com/beauty/make-over-kampanye-alleyesonyou>.

pembebasan perempuan melalui media baru terlalu utopis karena selama ini teknologi masih didominasi maskulinitas, sehingga tidak mungkin bisa digunakan untuk keluar dari ketidakadilan.³⁴ Hal ini bisa dibenarkan mengingat ada beberapa aspek yang luput dari pertimbangan para *cyberfeminis*, terutama mengenai keberadaan perempuan-perempuan kaum proletar yang tidak bisa menjangkau akses internet.³⁵ Proses pengambil-alihan teknologi baru ke tangan *cyberfeminism* membutuhkan banyak konsekuensi, salah satunya memberikan pembelajaran kepada perempuan-perempuan yang notabene masih awam mengenai penggunaan teknologi. Jika hal itu belum terealisasi, maka diskursus dominasi laki-laki pada media akan tetap terjadi.

Sebagai ruang yang lahir di era teknologi baru, *cyberfeminism* dianggap berpikir terlalu sederhana³⁶ ketika menganggap langkahnya mampu menggantikan kuasa otoritas dan mengokupasi media baru. Seperti yang dikutip Alatas, Nick Stevenson juga beranggapan bahwa budaya maskulin masih mendominasi media hingga saat ini. Oleh karenanya ketika berada di dalam *cyberspace* perempuan belum bisa dikatakan bebas dan mampu menguasai media baru.³⁷ Fakta mengenai banyaknya elit kapitalis yang mencoba menguasai ruang media baru atau mengambil celah untuk bisa mendapatkan nilai kapital secara berkelanjutan, juga perlu diperhatikan. Maka tidak bisa dipungkiri bahwa dunia *cyberspace* juga tidak selalu bisa ramah terhadap perempuan.³⁸

³⁴ Nur Iman Subono, "Perempuan Dan Teknologi," *Jurnal Perempuan* No. 18 (2001): 58.

³⁵ Alatas and Sutanto, "Cyberfeminisme dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Baru," 171.

³⁶ Alatas, "Cyberfeminisme: Mencari Hubungan Teknologi, Media Baru dan Feminisme."

³⁷ Alatas and Sutanto, "Cyberfeminisme dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Baru." 175.

³⁸ Hartono, "Bisakah Medsos Membebaskan Perempuan dari Domestikasi?"

Adanya komodifikasi atas tubuh perempuan di dalam media baru juga perlu disikapi secara serius. Penyadaran terhadap perempuan mengenai apa itu komoditas, otonomi tubuh, dan bagaimana kapitalisme bekerja mereduksi cita-cita feminisme, mengkomodifikasi tubuh perempuan secara terus menerus dan dilanggengkan, perlu dilakukan pembahasan secara lebih mendalam. Sebab meskipun proses komodifikasi tersebut dilakukan oleh perempuan itu sendiri, dengan kata lain sebagai subjek, mereka tidak benar-benar memahami penggunaan istilah tersebut serta dampak komodifikasi yang terjadi atas tubuhnya. Dalam rangka mengurai ancaman yang muncul dari adanya media baru, perlu juga mengorganisir seluruh ide dan gagasan *cyberfeminism* secara lebih sistematis, agar apa yang diusung dan dicita-citakan *cyberfeminism* tidak sekedar wacana utopis.

Adapun yang telah dilakukan oleh Magdalene.co dan Konde.co serta akun-akun yang disebut di atas, melakukan *counter* ideologi atas praktik komodifikasi tubuh perempuan, lewat tulisan-tulisan kritis, yang menyadarkan perempuan agar tidak lugu menggunakan media baru. Dalam artikel yang ditulis Wiwiek Lestari berjudul, “Stop Nilai Diri dan Perempuan Lain dari Penampilan Fisik”, ada pembahasan mengenai bagaimana seharusnya perempuan menyikapi iklan-iklan yang terpampang di media online berisi narasi standar kecantikan, dan upaya apa yang bisa dilakukan agar tidak lagi membanding-bandingkan fisik antar perempuan.³⁹ Artikel lain yang kritis terhadap komodifikasi tubuh perempuan di media baru berjudul, “Iklan yang Merisak Perempuan: Tarung Bebas Penjaja Produk Kecantikan”. Konteks artikel tersebut merujuk pada banyaknya pengguna media sosial yang membagikan ulang iklan dari suatu produk kecantikan, dengan beragam

³⁹ “Stop Nilai Diri Dan Perempuan Lain Dari Penampilan Fisik,” *Magdalene*, last modified Oktober 2016, accessed July 18, 2020, <https://magdalene.co/story/stop-nilai-diri-dan-perempuan-lain-dari-penampilan-fisik>.

alasan dan kepentingan. Menurut Pratiwi Juliani, iklan-iklan tersebut telah merusak kepercayaan diri perempuan karena menampilkan standar ideal yang dibuat tanpa pertimbangan yang matang. Tulisan ini pada akhirnya berisi ajakan bagi para perempuan untuk menghapus ilusi standar kecantikan dan lebih mencintai tubuh sendiri serta berhenti pasrah sebagai korban iklan produk kecantikan.⁴⁰

Begitu juga pada artikel-artikel yang terbit di *Konde.co*. Dalam pandangan Luviana pada salah satu artikelnya berjudul, “Internet dan Perempuan” juga menyinggung bagaimana seharusnya media berfungsi menyediakan konten yang tidak represif dan pentingnya perempuan memperjuangkan isi atau konten yang sensitif gender, sehingga bisa ramah terhadap perempuan.⁴¹ Dalam tulisannya yang lain, Luviana juga mengajak perempuan-perempuan untuk meleak media dan berjuang secara massif untuk menciptakan ruang dalam media baru yang berperspektif gender. Perempuan sebagai bagian dari kelompok marginal perlu mendapatkan akses lewat media baru agar ketubuhannya tidak selalu menjadi objek yang dipenuhi stigma. Luviana juga memberi gambaran mengenai hak-hak yang harus didapatkan perempuan di media.⁴² Dengan begitu perempuan-perempuan akan memahami kerentanan posisinya ketika bersinggungan atau mengakses media baru.

Mengambil pandangan Dewi Candraningrum, kiranya upaya-upaya tersebut memang tidak bisa dilakukan sekali tepuk. Perlu banyak penyadaran

⁴⁰ “Iklan Yang Merisak Perempuan: Tarung Bebas Penjaja Produk Kecantikan,” *Magdalene*, last modified Oktober 2019, accessed July 18, 2020, <https://magdalene.co/story/iklan-online-merisak-perempuan>.

⁴¹ “Internet Dan Perempuan,” *Konde.Co*, March 9, 2016, accessed July 18, 2020, <https://www.konde.co/2016/03/internet-dan-perempuan.html>.

⁴² Luviana, “Teknologi Dan Informasi: Apa Saja Hak Perempuan?,” *Konde.Co*, March 11, 2016, accessed July 18, 2020, <https://www.konde.co/2016/03/teknologi-dan-informasi-apa-saja-hak.html>.

terhadap masing-masing individu terkait kebutuhan berkeadilan di ruang publik. Adapun sebagai langkah awal yang bisa dilakukan dalam rangka konter ideologi yakni seperti; *Pertama*, turut serta menyemarakkan aktivisme pada penggalangan dukungan, terkait dengan proyek kemanusiaan yang berkeadilan gender. Adanya penggalangan dukungan, selain sebagai cara memobilisasi massa juga dapat mengubah wajah murung demokrasi. *Kedua*, melawan kekerasan dan serangan seksual dengan berkampanye di blog, website atau media sosial. Ini bisa menjadikan *cyberspace* lebih adil bagi perempuan dan kelompok rentan. *Ketiga*, perempuan perlu memahami cara kerja internet dan tahu titik-titik rentannya, agar bisa terhindar dari pelecehan seksual secara verbal, pornografi, dan juga pencurian data.⁴³ *Keempat*, *cyberfeminis* perlu mempelajari kembali feminisme dari akar kehadirannya, perkembangannya dan tantangannya hingga hari ini sebagai bentuk konter ideologi, kemudian memetakan ulang dan mencari jalan keluar bersama untuk dapat memberdayakan perempuan.

SIMPULAN

Media baru pada gilirannya telah memberikan manusia sebuah ruang berpikir dan bergerak yang bebas dan tanpa batas. Salah satu ruang kritis yang lahir dari keberadaan media baru adalah cyberfeminis. Ia merupakan studi tentang keberadaan teknologi baru serta pengaruhnya pada isu-isu perempuan. *Cyberfeminism* juga merupakan wujud dari teknologi informasi yang membebaskan manusia dari batas-batas dan bisa untuk menerobos sekat antara mesin dan manusia. Bagi para cyberfeminis, media baru harus dikuasai untuk meneruskan perjuangan feminisme dalam mencari keadilan dan kesetaraan berbasis gender.

⁴³ Candraningrum, "Industrialisasi dan Seksualisasi Perempuan dalam Media."

Dunia *cyberspace* yang tidak selalu bisa ramah terhadap perempuan membuat praktik komodifikasi atas tubuh perempuan juga terjadi di media baru. Ini menandakan bahwa perempuan tidak bisa lepas dari menjadi objek kapitalisme global. Maka kehadiran *cyberfeminism* penting sebagai upaya agar perempuan yang bergerak di dalam *cyberspace* bisa menyadari kompleksitas yang dialami oleh perempuan-perempuan di luar lingkarannya.

Perjuangan *cyberfeminism* tersebut bisa dilihat lewat kemunculan Magdalene.co, Konde.co dan beberapa platform lain, yang mengukung perjuangan feminisme di dunia maya, untuk bisa melakukan counter atas wacana dominan dan counter atas komodifikasi yang terjadi dan menasar tubuh perempuan di media baru. Bentuk counter tersebut tidak lain adalah tulisan-tulisan kritis dalam berbagai topik yang berhasil membangun jaringan literasi berperspektif feminisme. Kehadiran platform berbasis perjuangan kesetaraan tersebut, selain menjadi counter atas komodifikasi tubuh perempuan, juga sekaligus menjadi jalan keluar untuk bisa memberdayakan perempuan.

DAFTAR RUJUKAN

Alatas, Salim. "Cyberfeminisme: Mencari Hubungan Teknologi, Media Baru dan Feminisme." Wordpress.com. *Salim Alatas*, November 2, 2013. Accessed December 13, 2019. <https://salimalatas.wordpress.com/2013/11/02/cyberfeminisme-mencari-hubungan-teknologi-media-baru-dan-feminisme/>.

Alatas, Salim, and Vinnawaty Sutanto. "Cyberfeminisme dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Baru." *Jurnal Komunikasi Pembangunan XVII*, No. 2 (July 2019): 165–176.

Andarwulan, Trisna. "Cyberfeminis: Wajah Baru Pembebasan Diri Kaum Perempuan." *Kafa'ah Journal VII* (2017): 93–106.

- Benedicta, Gabriella Devi. “Dinamika Otonomi Tubuh Perempuan: Antara Kuasa dan Negosiasi atas Tubuh.” *Masyarakat, Jurnal Sosiologi* XVI, 2 (July 2011): 141–156.
- Berger, Peter L., and Thomas Luckmann. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan Realitas Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES, 1990.
- Candraningrum, Dewi. “Industrialisasi dan Seksualisasi Perempuan dalam Media.” *Org. Jurnal Perempuan*, September 22, 2014. Accessed December 13, 2019. <https://www.jurnalperempuan.org/blog/dewi-candraningrum-industrialisasi-dan-seksualisasi-perempuan-dalam-media>.
- Cininta, Alissa Putri, and Prahastiwi Utari. “Komodifikasi Perempuan Dalam Media Baru (Analisis Media Siber Terhadap Komodifikasi Perempuan Dalam Akun Instagram @uns.Cantik Di Kalangan Mahasiswa UNS)” (2018). www.jurnalkommas.com.
- Damayanti, Maria Nala. “Perempuan Dan Cyberspace Dalam Pandangan Cyberfeminism: Studi Kasus Website Berlabel ‘Ibu.’” In *Language in the Online and Offline World 3: The Transformation*, 51–56. Petra Christian University, 2019.
- Gambel, Sarah. *Pengantar Memahami Feminisme Dan Postfeminisme*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Haraway, Donna. “A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century.” *New York: Routledge* (1991): 149–181.
- Hartono, Rini. “Bisakah Medsos Membebaskan Perempuan dari Domestikasi?” *berdikarionline*, April 19, 2018. Accessed December 15, 2019. <http://www.berdikarionline.com/bisakah-medsos-membebankan-perempuan-dari-domestikasi/>.
- Kusuma, Rina Sari, and Yuan Vitasari. “Gendering the Internet: Perempuan Pada Ruang Gender Yang Berbeda.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.14, No.1 (June 2017): 125–142.
- Luviana. “Teknologi Dan Informasi: Apa Saja Hak Perempuan?” *Konde.Co*, March 11, 2016. Accessed July 18, 2020. <https://www.konde.co/2016/03/teknologi-dan-informasi-apa-saja-hak.html>.

- Marx, Karl. *Kapital, Sebuah Kritik Ekonomi Politik*. Jakarta: Hasta Mitra, 2004.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna. "Representasi Seksualitas Perempuan dalam Tiga Novel Karya N.H. Dini." Pascasarjana Universitas Indonesia, 2003.
- Rais, Muhammad. "Identitas Tubuh dalam Industri Komodifikasi." *Mimikri* 5, 1 (2019): 50–58.
- Subono, Nur Iman. "Perempuan Dan Teknologi." *Jurnal Perempuan* No. 18 (2001).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Syahputra, Iswandi. "Membebaskan Tubuh Perempuan dari Penjara Media." *Musawa* XV, 2 (July 2016): 157–180.
- Udasmoro, Wening. "Politik Tubuh, Donna Haraway: Cyborg Feminist Manifesto" Presented at the Discussion Series on Media & Cultural Studies, Sekolah Pascasarjana UGM, December 6, 2019.
- Warastri, Wintang. "Memahami Feminisme Bersama Inisiator Magdalene, Devi Asmarani." *Www.Whiteboardjournal.Com*, June 19, 2019. Accessed December 27, 2019. <https://www.whiteboardjournal.com/ideas/media/memahami-feminisme-bersama-inisiator-magdalene-devi-asmarani/>.
- "Iklan Yang Merisak Perempuan: Tarung Bebas Penjaja Produk Kecantikan." *Magdalene*. Last modified Oktober 2019. Accessed July 18, 2020. <https://magdalene.co/story/iklan-online-merisak-perempuan>.
- "Internet Dan Perempuan." *Konde.Co*, March 9, 2016. Accessed July 18, 2020. <https://www.konde.co/2016/03/internet-dan-perempuan.html>.

“Make Over Ajak Wanita Indonesia Lebih Berani Mengekspresikan Diri Melalui Kampanye #AllEyesOnYou.” *Beauty Journal*. Last modified April 2017. Accessed July 18, 2020. <https://journal.sociolla.com/beauty/make-over-kampanye-alleyesonyou>.

“Stop Nilai Diri Dan Perempuan Lain Dari Penampilan Fisik.” *Magdalene*. Last modified Oktober 2016. Accessed July 18, 2020. <https://magdalene.co/story/stop-nilai-diri-dan-perempuan-lain-dari-penampilan-fisik>.