

## REPRESENTASI PEREMPUAN DAN BATIK DALAM INSTAGRAM MUSEUM BATIK INDONESIA

## REPRESENTATION OF WOMEN AND BATIK ON THE INSTAGRAM OF THE MUSEUM BATIK INDONESIA

**Tanty Wulandari Putri**

Paramadina Graduate School of Communication, Universitas Paramadina

\*Korespondensi: [tanty.putri.wulandari@gmail.com](mailto:tanty.putri.wulandari@gmail.com)

(Diterima oleh Dewan Redaksi: 12-01-2024)

(Ditelaah oleh Dewan Redaksi: 05-02-2024)

(Disetujui oleh Dewan Redaksi: 24-03-2024)

### ABSTRACT

Women play a crucial role in human life. The figure of women often emerges in various cultural art products created by humans, showcasing their indispensable role in everyday life. Batik represents one of their creations, a symbol of hope within an artwork. This study employs quantitative content analysis, focusing on the official Instagram account of the Indonesian Batik Museum, @mbatik.in. Examining @mbatik.in posts from March 2021 to October 2023 (totaling 235 posts), data collection involved observation, documentation, and encoding. Reliability testing, executed with three coders using a set sample of 217 posts, unveiled predominant themes: the physical self-image aspect appeared 370 times (89.59%), psychic self-image aspect 43 times (10.41%), social image aspect concerning community relationships 344 times (83.29%), and family relationships 17.19%. Forms of representation encompassed Working Women (133 times - 33.84%), Women as Learners (123 times - 31.30%), Women Entertainers (19 times - 4.83%), Women as Male Companions (30 times - 7.63%), Imaginary Women (42 times - 10.69%), Women as Mothers (33 times - 8.40%), Women as Brides (9 times - 2.29%), and Women as Goddesses (4 times - 1.02%).

**Keywords:** Batik; Figure; Representation; Quantitative content analysis; Women.

### ABSTRAK

Perempuan memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Sosok perempuan seringkali hadir dalam berbagai produk karya seni, menunjukkan perannya yang tidak terlepas dalam keseharian. Batik menjadi salah satu hasil karya perempuan, sebuah simbol harapan yang terwujud dalam sebuah karya seni. Penelitian ini berbentuk analisis isi kuantitatif. Objek penelitian adalah akun resmi instagram Museum Batik Indonesia, yaitu @mbatik.in. Penelitian ini hanya meneliti unggahan feeds instagram @mbatik.in pada Maret 2021 hingga Oktober 2023, yang terdiri dari 235 unggahan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, dan pengkodean. Uji reliabilitas dengan menggunakan tiga pengkoder dengan sampel yang sudah ditentukan sebanyak 217 unggahan. Hasil penelitian berupa hasil pengkodean yang menunjukkan frekuensi paling banyak muncul adalah citra diri aspek fisik sebanyak 370 kali (89,59%), citra diri aspek

psikis sebanyak 43 kali (10,41%), citra sosial aspek hubungan dengan masyarakat 344 kali (83,29%), citra sosial aspek hubungan dengan keluarga (17,19%). Sementara itu, bentuk representasi yang diperoleh yaitu Perempuan Pekerja sebanyak 133 kali (33,84%), Perempuan Pembelajar sebanyak 123 kali (31,30%) Perempuan Penghibur sebanyak 19 kali (4,83%), Perempuan Pendamping Laki-laki sebanyak 30 kali (7,63%), Perempuan Imajiner sebanyak 42 kali (10,69%), Perempuan Sebagai Ibu sebanyak 33 kali (8,40%), Perempuan Sebagai Pengantin sebanyak 9 kali (2,29%), Perempuan Sebagai Dewi sebanyak 4 kali (1,02%).

**Keywords:** Analisis isi kuantitatif; Batik; Citra; Perempuan; Representasi.

---

Tanty Wulandari Putri, 2024. Representasi Perempuan dan Batik dalam Instagram Museum Batik Indonesia.

---

## PENDAHULUAN

Fenomena mengenai kesetaraan peran laki-laki dan perempuan marak digaungkan masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Perempuan distereotipkan sebagai seseorang yang lembut, menarik, emosional, dan keibuan. Adanya perbedaan peran antara perempuan dengan laki-laki dihasilkan dan dibentuk secara sosial dan kultural serta didasarkan pada pandangan yang menunjukkan bahwa perempuan pada posisi yang lemah. Perempuan juga disimbolkan sebagai sumber kesuburan, keibuan, cinta dan memiliki arti penting serta divisualisasikan oleh pencipta.

Disisi lain, sosoknya akan selalu hadir dalam suatu produk seni atau budaya yang diciptakan manusia sepanjang masa, salah satunya adalah Batik. Perempuan dalam aspek sosial akan dituntut untuk bekerja dengan baik sesuai dengan latar belakang dan interaksi sosialnya. Ketika perempuan berkarya membuat Batik, mereka merenungkan pikiran atau perasaan yang tersembunyi, yang merupakan impian atau harapan ideal mereka untuk menciptakan karya seni yang menarik.

Membatik menjadi suatu hasil seni cipta dan memiliki implikasi bagi kehidupan keluarga serta masyarakat. Menurut Stuart Hall, representasi merupakan jalan dimana makna diberikan kepada berbagai hal yang tergambar melalui citra atau bentuk pada layar atau pada kata-kata. Hall mengartikan

bahwa pembicara ataupun penulis, memilih dan menetapkan makna dalam pesan yang dibuatnya. Akan tetapi, bukan benda-benda hasil karya seni yang meninggalkan makna tetapi manusialah yang meletakkan makna tersebut (Alamsyah, 2020).

Berdasarkan hasil survei APJII tahun 2016, mengungkapkan bahwa dari keseluruhan jenis konten yang diakses oleh masyarakat, pengguna internet Indonesia paling banyak menggunakannya untuk mengakses media sosial, yaitu sebanyak 97,4%. Media Sosial Instagram merupakan suatu media yang digunakan untuk melakukan komunikasi dan menyebarkan suatu informasi. Instagram memiliki kualitas informasi yang bersifat dua arah sehingga pesan akan tersampaikan kepada audiensnya.

Museum Batik Indonesia merupakan salah satu museum yang berada di kawasan TMII (Taman Mini Indonesia Indah) dengan memiliki keistimewaan yang khas yakni sebagai perwujudan dari tindak lanjut penetapan Batik Indonesia sebagai *Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity* oleh UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009. Museum Batik Indonesia memiliki media instagram Museum Batik Indonesia yaitu @mbatik.in sebagai media penyebaran informasi.

Pada penelitian ini, Instagram @mbatik.in digunakan oleh peneliti sebagai media dalam menyampaikan informasi serta menjadi alat komunikasi yang efektif dengan 4.339 pengikut (*followers*) per bulan Desember 2023. Berdasarkan latar belakang penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apa saja bentuk citra perempuan dan Batik yang terdapat pada media Instagram Museum Batik Indonesia; untuk mengetahui apa saja bentuk citra perempuan dan Batik yang paling sering muncul pada media Instagram Museum Batik Indonesia; mengetahui gambaran bentuk representasi perempuan dan Batik yang terdapat pada media Instagram Museum Batik Indonesia.

Ruang lingkup masalah hanya meliputi informasi media Instagram Museum Batik Indonesia dengan kekhususan konten *feeds*, yaitu foto dan video singkat (*reels*). Informasi dan data yang disajikan adalah data konten Instagram @mbatik.in dengan periode Maret 2021 sampai dengan Oktober 2023.

## MATERI DAN METODE

### Konsep Komunikasi Media Baru

Media baru merupakan media digital yang penggunaannya memerlukan jaringan internet untuk mentransmisikan berbagai pesan dan informasi berupa foto, teks, video, dan lainnya. Bagian yang paling menonjol dari media baru adalah kemampuannya untuk menghubungkan antar pengguna dan meningkatkan komunikasi secara dialogis. Ada empat karakteristik utama, yaitu desentralisasi, kemampuan tinggi, interaktivitas serta kelenturan bentuk, isi, dan penggunaan (McQuail, 2011).

Salah satu contoh dari media baru yang akan dikaji pada penelitian ini adalah media sosial. Media sosial adalah layanan berbasis web yang memungkinkan penggunaannya untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem yang dibatasi serta dapat terkoneksi dengan pengguna lainnya. Media sosial juga dapat

didefinisikan sebagai *tools* pada media baru yang dimana memungkinkan pengguna merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerjasama, serta berkomunikasi terhadap pengguna lain lalu pada akhirnya membentuk ikatan sosial (Nasrullah, 2017).

### Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi online dan salah satu media sosial yang berbasis gambar dan video singkat (*reels*) yang digunakan untuk menyebarkan informasi seperti konten dan didukung oleh jaringan internet. Agar informasi yang dibagikan oleh Instagram dapat diterima dengan cepat oleh sesama pengguna aplikasi Instagram lainnya, internet berperan penting dalam penggunaannya. Instagram dinilai efektif untuk mengenalkan sebuah merek dengan mengunggah sebuah foto serta menampilkan video tutorial yang membagikan pengalaman pengguna. Media sosial Instagram memiliki berbagai macam fitur yang bermanfaat untuk pengguna dan memiliki keunggulan yang membuat audiensnya dapat bertemu secara daring melalui fasilitas tersebut. Fitur-fitur utama dalam aplikasi Instagram, yaitu *Follow*, *Like* dan *Comment*, *Mentions*, *Hashtag*, serta *Direct Message*.

### Teori Citra Perempuan

Penelitian ini juga menggunakan Teori Citra Perempuan. Definisi Citra perempuan adalah jenis gambaran mental spiritual dan perilaku yang digambarkan perempuan dalam kehidupan sehari-hari dalam berbagai cara, termasuk melalui penampilan fisik, psikis, diri, dan hubungan mereka dengan keluarga dan masyarakat luas. Citra perempuan mencakup semua jenis representasi mental, spiritualitas, perilaku sehari-hari, ekspresi wajah, dan sifat-sifat eksklusif perempuan (Sugihastuti, 2000). Menurut Sugihastuti, citra feminin terbagi menjadi tiga bagian, yaitu

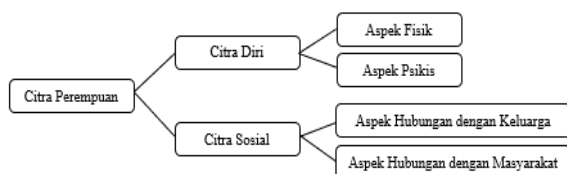
1. Citra fisik adalah semacam penampilan fisik yang dapat diindrai, dapat diamati, dan unik pada

perempuan yang tidak dimiliki oleh pria.

2. Citra psikis suatu kondisi yang tidak terlihat oleh penglihatan normal dan tidak dapat diamati di permukaan dari konsep abstrak. Komponen psikologis seseorang direpresentasikan melalui perasaan, keinginan, dan sifat yang ada pada setiap perempuan.
3. Citra sosial dalam deskripsi hubungan sosial perempuan dengan keluarga dan masyarakatnya, dapat digunakan untuk memahami citra sosial melalui tuturan dan kontak sosial.

Metode analisis isi akan digunakan dalam penelitian ini untuk mencari berbagai bentuk citra perempuan, yaitu citra diri dan citra sosial. Citra perempuan akan dibentuk oleh ideologi pembentuk makna baik laki-laki maupun perempuan. Aspek citra diri akan melihat karakter perempuan seperti bentuk fisik yang dapat diamati serta kondisi psikologis yang merepresentasikan perasaan, sifat, dan keinginan perempuan. Aspek citra sosial dilihat dari posisi, peran serta kedudukan perempuan di lingkungan keluarga ataupun masyarakat.

Pengertian citra diri dapat dihubungkan dengan dua konsep, yaitu aspek fisik dan aspek psikis (Sugihastuti, 2000). Pengertian citra sosial akan berhubungan erat dengan norma serta sistem nilai pada suatu kelompok masyarakat tertentu dimana perempuan akan memiliki hasrat untuk menjadikan hubungan dan interaksi antar manusia.



Gambar 1. Bagan Pendekatan Teori Citra Perempuan  
Sumber: Olahan Peneliti

### Teori Representasi

Representasi merupakan kajian penting dalam studi budaya (*culture studies*) yang dapat diasumsikan sebagai kegiatan menampilkan kembali, mewakili sesuatu, pembuatan *image* atau sebuah cara untuk memaknai apa yang diberikan pada benda atau pada teks yang digambarkan. Teori Representasi Stuart Hall memperlihatkan bagaimana suatu proses memiliki arti (*meaning*) diproduksi dengan menggunakan bahasa (*language*) dan dipertukarkan oleh antar anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan (*culture*). Representasi juga menghubungkan antara konsep (*concept*) dalam benak seseorang dengan menggunakan bahasa yang memungkinkan untuk mengartikan benda, orang, kejadian yang nyata (*real*), dan dunia imajinasi dari objek, orang, benda, dan kejadian yang tidak nyata (*fictional*) (Alamsyah, 2020)

Konsep representasi digunakan untuk menggambarkan ekspresi hubungan antara teks dengan realitas. Secara sederhana, representasi adalah proses penggunaan bahasa oleh anggota budaya untuk memproduksi makna. Bahasa dalam hal ini didefinisikan sebagai sistem apapun yang menggunakan tanda-tanda, tanda berbentuk verbal atau non-verbal.

Konsep dalam sebuah pikiran manusia dan bahasa adalah komponen utama dalam representasi. Dua indikator tersebut saling berkorelasi satu sama lain. Pada komponen konsep dalam sebuah pikiran manusia, digunakan untuk mengetahui makna dari hasil realitas yang dibuat kemudian dikomunikasikan melalui bahasa. Menurut Stuart Hall ada tiga pendekatan representasi, yaitu pertama pendekatan Reflektif. Pada pendekatan ini makna yang dihasilkan oleh manusia melalui ide-ide serta berbagai pengalaman di dalam masyarakat. Kedua, pendekatan Intensional. Pendekatan ini berdasarkan penuturan bahasa secara lisan atau tulisan sehingga bahasa dapat memberikan makna pada setiap hasil karya dan ide-ide manusia. Ketiga, pendekatan konstruksionis.

Pendekatan Konstruksionis merupakan pendekatan dimana pembicara dan penulis akan memilih serta menetapkan makna dalam pesan atau karya yang dibuat manusia (Alamsyah, 2020).

Dalam penelitian ini, representasi yang digunakan merujuk kepada pendekatan konstruksionis, yaitu segala bentuk media terhadap segala aspek realitas atau kenyataan, seperti masyarakat, objek, peristiwa, hingga identitas budaya. Oleh karena itu, representasi dapat diartikan sebagai proses anggota sebuah budaya menggunakan bahasa untuk memproduksi makna.

### Metodologi

Peneliti menggunakan paradigma positivisme yang didasari oleh pengamatan empiris yang mengutamakan objektivitas dan reliabilitas data. Penelitian ini termasuk penelitian instrumental dimana akan menitikberatkan proses pengumpulan dan analisis data berdasarkan hasil instrumen penelitian. Peneliti menggunakan analisis data primer yang diperoleh dari lembar koding yang telah diisi oleh tiga koder. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan empiris pada konten instagram @mbatik.in untuk mengetahui representasi serta citra perempuan dan Batik.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif deskriptif. Menurut Barelson dalam (Eriyanto, 2011) bahwa metode analisis isi kuantitatif deskriptif merupakan suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*). Dengan pendekatan positivisme, penelitian ini meliputi rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan pengumpulan data dengan cara observasi, mengolah informasi atau data, menganalisis, kemudian merumuskan dan menarik kesimpulan.

Subjek dalam penelitian ini adalah konten Instagram Museum Batik Indonesia yaitu @mbatik.in. Objek penelitian berupa persepsi peneliti dan koder terhadap analisis isi Instagram Museum Batik

Indonesia yaitu @mbatik.in.

Populasi dalam penelitian ini adalah 235 unggahan pada *feeds* Instagram @mbatik.in. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 217 unggahan pada *feeds* Instagram @mbatik.in yang diambil dari periode Maret 2021 hingga Oktober 2023.

### Operasionalisasi Konsep

Peneliti melakukan klasifikasi operasionalisasi konsep dengan menemukan bentuk-bentuk citra dan representasi pada perempuan menurut Sugiharti dan Stuart Hall. Operasionalisasi konsep terdiri atas tiga indikator, yaitu Citra Diri, Citra Sosial, dan Representasi. Tabel Operasionalisasi Konsep ditampilkan dalam daftar tabel (Tabel 1).

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti hanya mengamati objek yang diteliti tanpa harus terlibat langsung. Pengamatan ini dilakukan dengan cara mengamati konten instagram @mbatik.in dan membaca isi konten tersebut selanjutnya menemukan pesan yang paling dominan dan dijadikan kategorisasi. Bersamaan dengan itu, peneliti mengumpulkan data dan dilakukan analisis pada pesan dalam Instagram tersebut menggunakan metode analisis isi. Data dari penelitian ini didapat dari hasil dokumentasi instagram @mbatik.in dalam bentuk lembar koding yang kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi.

### Pengodingan

Peneliti melakukan pengamatan terhadap isi dari instagram @mbatik.in yang berkaitan dengan citra dan representasi perempuan dan Batik. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan lembar koding manual. Untuk kebutuhan pengkodean digunakan tiga orang sebagai pengkoder. Koder 1 merupakan peneliti dan Koder 2 merupakan Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina,

Koder 3 merupakan Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi *London School of Public Relations*. Uji reliabilitas dilakukan peneliti dengan tujuan untuk menghindari bias serta memiliki kredibilitas dan objektifitas.

### Uji Reliabilitas

Menurut Kaptan dan Goldsen bahwa pentingnya reliabilitas terletak pada jaminan yang diperoleh independen dari peristiwa, instrumen atau orang yang mengukurnya. Data yang reliabel menurut definisi adalah data yang tetap konstan dalam seluruh variasi pengukuran (Eriyanto, 2011). Untuk melakukan uji reliabilitas, terdapat tiga orang pengkoder. Masing-masing akan diberikan alat ukur berupa link instagram *@mbatik.in* dan lembar koding untuk mengisi sesuai petunjuk. Reliabilitas koder dihitung menggunakan rumus Holsti. Untuk angka reliabilitas minimum dalam rumus Holsti dapat dikatakan reliabel yaitu bernilai 0,70 atau 70% (Eriyanto, 2011).

Rumus Holsti

$$CR = \frac{3M}{N1 + N2 + N3}$$

Keterangan	
CR	: Coefisien Reliability (Kofisien Reliabilitas)
M	: Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkoding
N1+N2+N3	: Jumlah pernyataan yang diberikan kode oleh para pengkoding

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil identifikasi data ditemukan dua kategori citra perempuan dan Batik yang terdapat pada media Instagram Museum Batik Indonesia, yakni (1) Citra Diri yang meliputi (a) Aspek Fisik dan (b) Aspek Psikis, (2) Citra Sosial yang meliputi (a) Aspek hubungan dengan keluarga dan (b) Aspek hubungan dengan masyarakat. Keempat citra perempuan yang ditemukan menggambarkan karakter perempuan dan Batik dalam Instagram *@mbatik.in*.

### Citra Perempuan Dan Batik Dalam Instagram Museum Batik Indonesia

Dalam penelitian ini, peneliti baik koder 1, koder 2, maupun koder 3 menghitung variabel yakni tokoh-tokoh perempuan dan Batik sebagai kategori citra yang terbentuk. Citra diri yang meliputi citra fisik tokoh-tokoh perempuan dalam Instagram Museum Batik Indonesia digambarkan sebagai perempuan-perempuan dewasa yang berparas cantik. Tokoh-tokoh perempuan tersebut juga digambarkan sebagai sosok yang memiliki postur tubuh bagus sehingga terlihat cantik dan anggun.

Observasi dilakukan oleh ketiga koder untuk menghitung serta mendapatkan data dari tokoh-tokoh perempuan dan Batik dalam Instagram Museum Batik Indonesia. Rumus Holsti digunakan untuk uji reliabilitas dari hasil dari perhitungan koder 1, koder 2, dan koder 3. Hasil Uji Reliabilitas Citra Perempuan dan Batik tertera dalam Daftar Tabel (Tabel 2).

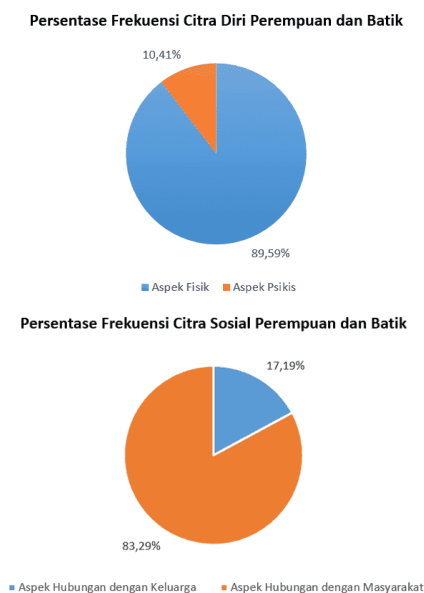
Mengacu pada pemahaman umum tentang angka reliabilitas sebesar 70% dalam penelitian ini, ketiga koder dapat dikatakan menyetujui seluruh kategori citra perempuan yang ada dalam Instagram Museum Batik Indonesia atau dikatakan reliabel sebagai alat ukur yang digunakan karena hasilnya melebihi batas minimum yang telah ditentukan. Hasil uji reliabilitas digunakan dalam melakukan analisa data yang akan dihasilkan ke dalam tabel distribusi frekuensi citra yang sering muncul dalam konten Instagram.

Berdasarkan data observasi dan hasil uji reliabilitas maka, citra diri yang terbentuk meliputi aspek fisik sebesar 99,54%, dan aspek psikis dengan nilai 93,75%. Persentase hasil uji reliabilitas ini melebihi batas 70% yang diacu oleh peneliti berdasarkan rumus Holsti. Untuk citra sosial, berdasarkan hasil uji reliabilitas, aspek hubungan masyarakat memiliki nilai lebih tinggi sebesar 97,19% dibandingkan dengan aspek yang berhubungan dengan keluarga sebesar 84,56%. Hasil tersebut

juga melebihi batas 70% dari rumus Holsti yang diacu penulis.

### Citra Perempuan dan Batik yang Paling Sering Muncul Dalam Instagram Museum Batik Indonesia

Pada Tabel 3 memuat frekuensi citra perempuan yang muncul dalam konten Instagram @mbatik.in.



Gambar 2. Diagram Hasil Frekuensi Citra Perempuan dan Batik dalam Instagram Museum Batik Indonesia  
Sumber: Olahan Penulis

Hasil temuan data yang berasal dari tiga koder yang disajikan dalam Tabel 3 dan Gambar 2 bahwa diasumsikan unggahan perempuan dan Batik yang menampilkan citra diri sebanyak 413 unggahan dengan 370 unggahan menampilkan citra fisik dan 43 unggahan menampilkan citra psikis. Sementara citra sosial menampilkan 415 unggahan dengan 71 unggahan berhubungan dengan aspek keluarga dan 344 unggahan berhubungan dengan aspek masyarakat. Berdasarkan hasil analisa data, bahwa aspek fisik perempuan dan aspek hubungan dengan masyarakat lebih sering muncul dari aspek psikis dan aspek hubungan dengan keluarga. Hal ini terlihat dari beberapa sampel penelitian bahwa tokoh fisik perempuan seperti RA Kartini, Ibu Soed, dan Arca Durga

Mahisasuramarhini ada dalam karakter fisik tersebut.

Konten perempuan dan Batik yang menampilkan citra diri aspek fisik sebesar 89,59% menggunakan unggahan perempuan pekerja dalam membuat batik. Pekerjaan perempuan sebetulnya tetap menjadi ibu rumah tangga, namun banyak perempuan yang memimpikan bekerja dari rumah dan tidak meninggalkan pekerjaannya. Salah satu kegiatan tersebut yaitu membuat batik yang dikerjakan di waktu luang. Secara tidak langsung, membuat batik merupakan mata pencaharian utama baginya dan menjadi sumber penghasilan untuk membantu perekonomian keluarga. Stereotip kuat yang ada pada masyarakat adalah suami berperan sebagai pencari nafkah dan pemimpin yang penuh kasih, dan istri menjalankan fungsi pengasuhan anak. Namun, berdasarkan unggahan Instagram @mbatik.in, perempuan yang bekerja sebagai pembatik menjadi sosok yang penting dalam menghasilkan karya dan nafkah.

Selain sebagai pembatik, ada perempuan yang bekerja untuk mempopulerkan batik, contohnya Batik Jepara. Pada unggahan konten @mbatik.in, yang merupakan salah satu sampel dalam penelitian, terlihat bahwa RA Kartini dan kedua saudarinya yaitu Kardinah dan Roekmini merupakan tokoh yang berjasa dalam bidang batik. Beliau mempopulerkan batik pada Pameran Tenaga Kerja Wanita Nasional atau *Nationale Tentoonstelling van Vrouwenarbeid* pada tahun 1898 di Den Haag, Belanda. Peran ganda pada perempuan dapat dikatakan bahwa perempuan merupakan makhluk yang dapat bekerja setiap waktu serta sebagai penghasil keuangan keluarga.



Gambar 3. Salah satu hasil observasi peneliti terhadap Citra Diri untuk Aspek Fisik  
 Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia



Gambar 4. Salah satu hasil observasi penulis terhadap Citra Diri untuk Aspek Fisik  
 Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia



Gambar 5. Salah satu hasil observasi peneliti terhadap citra diri untuk aspek psikis  
 Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia

Lahirnya seorang perempuan membawa citra fisik yang juga memengaruhi citra sosial dan tergantung pada masing-masing individu. Segi psikis dapat dilihat dari mentalitas, ukuran moral, membedakan yang benar dan salah, temperamen, keinginan, perasaan pribadi, sikap, perilaku, dan tingkat kecerdasan.

Berdasarkan salah satu sampel citra psikis perempuan yang memiliki nilai 10,41%, dedikasi dan kegigihan dari Ibu Soed terhadap kecintaanya pada dunia batik

yang membuat beliau membuka toko batik di Jalan Segara III. Ibu Soed yang dikenal sebagai pencipta lagu anak-anak namun tetap memiliki kegigihan untuk melestarikan batik serta dipercaya oleh Bapak Soekarno untuk membuat beragam motif batik menjadi salah satu identitas dari bentuk citra psikis dari penggambaran perempuan.



Gambar 6. Salah satu hasil observasi peneliti terhadap citra diri untuk aspek psikis  
 Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia

Aspek hubungan perempuan dengan masyarakat dengan persentase 83,29% lebih banyak tampil pada unggahan @mbatik.in dibandingkan dengan aspek hubungan dengan keluarga sebesar 17,19%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan sejak dahulu sudah berkontribusi dengan aspek hubungan di luar keluarga, seperti di dalam lingkungan sosialnya. Citra sosial perempuan dalam Gambar 8 merepresentasikan suatu hubungan yang erat dengan norma dan sistem nilai yang berlaku dalam satu kelompok masyarakat. Hal ini terlihat pada munculnya sarung di Indonesia, berawal dari kedatangan para pedagang dari Gujarat dan Arab. Seiring berkembangnya waktu, muncul kebiasaan penggunaan sarung dengan motif batik yang mayoritas digunakan oleh perempuan Belanda dan Tionghoa untuk mereka menyesuaikan cara berpakaian masyarakat lokal pada zaman itu.





Gambar 7. Salah satu hasil observasi peneliti terhadap Citra Sosial untuk aspek hubungan dengan keluarga

Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia



Gambar 8. Salah satu hasil observasi peneliti terhadap Citra Sosial untuk aspek hubungan dengan masyarakat

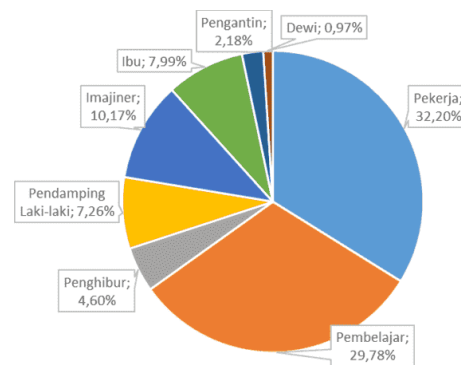
Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia

### Gambaran Bentuk Representasi Perempuan Dan Batik Yang Terdapat Dalam Instagram Museum Batik Indonesia.

Berdasarkan hasil identifikasi data ditemukan beberapa kategori representasi perempuan dan Batik yang terdapat pada media Instagram Museum Batik Indonesia, yakni (1) Representasi perempuan pekerja, (2) Representasi perempuan pembelajar, (3) Representasi perempuan penghibur, (4) Representasi perempuan pendamping laki-laki, (5) Representasi perempuan imajiner, (6) Representasi perempuan sebagai ibu, (7) Representasi perempuan sebagai pengantin (8) Representasi perempuan sebagai Dewi. Hasil analisa tersebut didapat dari uji reliabilitas penulis dan membaginya berdasarkan representasi konstruksionis sehingga menghasilkan beberapa bentuk representasi perempuan. Hasil uji reliabilitas dari ketiga koder terlampir dalam Daftar Tabel (Tabel 4).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, tujuh bentuk representasi menghasilkan persentase di atas 70% dan satu kategori hanya mencapai 21,43% yang artinya belum mencapai bentuk representasi yang dibentuk penulis, yaitu representasi perempuan penghibur. Fenomena kesetaraan gender dalam memperoleh pendidikan menjadi fenomena yang sering terjadi. Namun, representasi bentuk citra perempuan dan Batik yang ada dalam konten Instagram @mbatik.in menunjukkan bahwa perempuan juga memiliki sisi pekerja dan pembelajar disamping perannya sebagai pendamping laki-laki.

### Persentase Kemunculan Representasi Perempuan dan Batik



Gambar 9. Diagram Hasil Frekuensi Representasi Perempuan dan Batik dalam Instagram Museum Batik Indonesia

Sumber: Olahan Peneliti



Gambar 10. Salah satu hasil observasi peneliti terhadap Representasi Perempuan Sebagai Pendamping Laki-laki  
Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, bentuk representasi perempuan sebagai pendamping laki-laki maksimal dengan persentase 100%. Tidak hanya itu, representasi perempuan sebagai Dewi juga memiliki persentase maksimal sebesar 100% namun dengan frekuensi kemunculan sebesar 1,02%. Artinya, Museum Batik Indonesia tetap menonjolkan sisi perempuan sebagai tokoh yang diagungkan oleh masyarakat masa lalu. Hal ini terlihat dengan adanya konten Arca Durga Mahisasuramardhini yang menjadi salah satu Dewi dalam agama Hindu dan istri Dewa Siwa. Dewi Durga disebut juga dewi kemenangan karena dapat melindungi individu dari roh jahat, kemiskinan, dan peperangan sehingga dipuja oleh pengikut Dewa Siwa. Dalam visual konten tersebut, Dewi Durga Mahisasuramardhini diduga memakai pakaian dan kain yang bermotif menyerupai batik yang merepresentasikan bahwa adanya batik sejak masa kerajaan Singasari.



Gambar 12. Hasil observasi peneliti terhadap Representasi Perempuan Pekerja  
Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia



Gambar 13. Hasil observasi peneliti terhadap Representasi Perempuan Pembelajar  
Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia

Berdasarkan hasil analisis, pada Tabel 5, frekuensi representasi perempuan pekerja dan pembelajar memiliki persentase kemunculan paling banyak masing-masing sebesar 33,84% dan 31,30%. Saat ini, perempuan menganggap bahwa menjadi cantik dan menarik secara penampilan fisik tidak cukup bagi mereka karena kehidupan yang akan lebih baik dapat dicapai oleh banyak faktor selain aspek fisik. Menurut pola pikir perempuan Jawa terdahulu, kecantikan merupakan hal penting. Hal ini dipengaruhi oleh pola pikir dan konstruksi sosial.

Namun, di era modern saat ini, pandangan tentang perempuan mulai berubah. Perempuan pekerja memiliki kesadaran dimana mereka tidak hanya mencari kesibukan tetapi ikut serta membantu perekonomian keluarga, terutama bagi perempuan yang memiliki kemampuan tertentu, seperti membatik. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, representasi perempuan pekerja dan perempuan sebagai pembelajar, memiliki frekuensi lebih tinggi dalam konten Instagram @mbatik.in disebabkan adanya kesadaran pada perempuan terhadap kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan keluarga.

Representasi perempuan imajiner dalam penelitian diartikan seperti perempuan patung *mannequin* yang menunjukkan tampilan fisik proporsional. Representasi ini memiliki frekuensi kemunculan sebanyak 42 kali atau sebesar 10,69%. Nilai ini menjadi tertinggi ketiga setelah representasi perempuan pekerja dan pembelajar. Perempuan imajiner yang ditampilkan dalam fisik sempurna menunjukkan bahwa perempuan dipandang dengan kesempurnaan tampilan oleh sesama manusia. Visualisasi ini menunjukkan adanya harapan fisik ideal agar menciptakan karya seni yang menarik. Dengan frekuensi kemunculan dengan nilai 10,69%, konsep fisik yang sempurna masih menjadi suatu konsep perempuan yang selalu diinginkan.

Representasi perempuan sebagai Ibu memiliki frekuensi kemunculan sebanyak 33 kali atau sebesar 8,40%. Instagram @mbatik.in banyak memunculkan sisi keibuan seorang perempuan sesuai dengan citra sosial yang terbentuk. Sosok ibu yang selalu berada dalam lingkungan pendidikan, menjadi hal yang di bentuk dalam konten Instagram. Dengan kata lain secara sadar membangun makna yang akan diberikan kepada audiens bahwa perempuan juga sebagai simbol keibuan dan kesuburan.



Gambar 14. Hasil observasi peneliti terhadap Representasi Perempuan Pendamping Laki-laki  
Sumber: Akun Instagram Museum Batik Indonesia

Hasil penelitian representasi perempuan sebagai pendamping laki-laki memiliki frekuensi kemunculan sebanyak 30 kali atau sebesar 7,63%. Berdasarkan Gambar 14, representasi perempuan sebagai pendamping laki-laki terlihat pada kain Batik yang digunakan perempuan zaman dahulu ketika menemani Presiden Soekarno melakukan kegiatan kenegaraan. Perempuan menggunakan kain Batik karya Go Tik Swan yang dibuat khusus untuk merepresentasikan batik sebagai identitas bangsa, bukan hanya daerah tertentu saja.

Dengan beberapa penjelasan di atas dan hasil observasi peneliti bahwa sisi feminis perempuan sangat menonjol dalam Instagram ini. Namun, representasi perempuan penghibur yang saat ini masih menjadi stereotip masyarakat juga kerap ditampilkan dalam potongan konten dengan frekuensi kemunculan 19 kali atau sebanyak 4,83%. Selain itu, museum yang pada dasarnya memiliki tujuan edukasi, menonjolkan sisi pembelajar serta memamerkan koleksi yang ada di dalam

museum melalui Instagram atau media sosial, sangat berperan untuk membentuk representasi perempuan dan Batik menjadi sebuah konsep dan makna yang bermanfaat untuk audiensnya.

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan, bahwa jumlah keseluruhan frekuensi citra perempuan dan batik sebesar 828 kali serta representasi perempuan dan batik sebesar 393 kali. Citra diri perempuan dan batik pada aspek fisik memiliki persentase 89,59% atau frekuensi sebanyak 370 kali. Citra diri perempuan dan batik pada aspek psikis memiliki persentase 10,41% atau frekuensi sebanyak 43 kali. Pada indikator citra diri, konten Instagram @mbatik.in lebih dominan menampilkan aspek fisik. Citra sosial perempuan dan batik pada aspek hubungan dengan keluarga memiliki persentase 17,19% dengan frekuensi 71 kali. Hal ini terlihat dari beberapa sampel penelitian bahwa tokoh fisik perempuan seperti RA Kartini, Ibu Soed, dan Arca Durga Mahisasuramarhini ada dalam penokohan fisik.

Citra sosial perempuan dan batik pada aspek hubungan dengan masyarakat memiliki persentase 83,29% dengan frekuensi 344 kali. Untuk citra sosial yang muncul pada konten Instagram @mbatik.in lebih dominan menunjukkan aspek perempuan dan batik yang berhubungan dengan masyarakat. Hal ini terlihat pada munculnya sarung di Indonesia, berawal dari kedatangan para pedagang dari Gujarat dan Arab. Seiring berkembangnya waktu, muncul kebiasaan penggunaan sarung dengan motif batik yang mayoritas digunakan oleh perempuan Belanda dan Tionghoa untuk mereka menyesuaikan cara berpakaian masyarakat lokal pada zaman itu.

Representasi yang terbentuk terbagi atas delapan indikator analisis yaitu representasi perempuan pekerja, representasi perempuan pembelajar, representasi perempuan penghibur, representasi perempuan pendamping laki-laki, representasi perempuan Imajiner, representasi perempuan sebagai ibu, representasi perempuan sebagai pengantin, dan representasi perempuan sebagai Dewi. Representasi perempuan pekerja dan pembelajar memiliki frekuensi kemunculan tertinggi. Representasi perempuan pekerja memiliki persentase 33,84% dengan frekuensi kemunculan 133 kali. Persentase representasi perempuan pembelajar mencapai 31,30% dengan frekuensi kemunculan 123 kali. Hal ini terbukti dengan adanya beberapa unggahan perempuan yang berprofesi sebagai pembatik sebagai mata pencaharian mencari nafkah serta keikutsertaan perempuan dalam melakukan analisis identitas koleksi batik dalam museum.

Sementara itu, perempuan penghibur dengan frekuensi kemunculan 19 kali (4,83%), perempuan pendamping laki-laki dengan frekuensi kemunculan 30 kali (7,63%), perempuan imajiner dengan frekuensi kemunculan 42 kali (10,69%), perempuan sebagai ibu dengan frekuensi kemunculan 33 kali (8,40%), perempuan sebagai pengantin dengan frekuensi kemunculan 9 kali (2,29%), perempuan sebagai Dewi dengan frekuensi kemunculan 4 kali (1,02%).

### Implikasi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Unit Museum dan Cagar Budaya, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan serta seluruh masyarakat Indonesia, baik secara teoretis maupun praktis. Adapun implikasi teoretis dari penelitian ini yaitu dapat dijadikan sumbangan hasil kajian terkait representasi Perempuan dan Batik dalam Instagram Museum Batik Indonesia. Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh manajemen Museum Batik

Indonesia dan Instansi Museum dan Cagar Budaya untuk mengetahui representasi Perempuan dan Batik dalam Instagram Museum Batik Indonesia.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, F. F. (2020). Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 92–99. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2540>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media.
- Gamman, L., McRobbie, A., & Walkerdine, V. (1992). Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen. In *Feminist Review* (Issue 41). <https://doi.org/10.2307/1395240>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (Edisi 6). Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sugihastuti. (2000). *Wanita Di Mata Wanita: Sajak - Sajak Toeti Heraty*. Nuansa Cendikia.

### Daftar Tabel

**Tabel 1** Operasionalisasi Konsep

Indikator	Dimensi	
Citra Diri	Aspek Fisik	Semacam penampilan fisik yang dapat diindrai, dapat diamati, dan unik pada perempuan yang tidak dimiliki oleh pria.
	Aspek Psikis	Suatu kondisi yang tidak terlihat oleh penglihatan normal dan tidak dapat diamati di permukaan dari konsep abstrak. Komponen psikologis seseorang direpresentasikan melalui perasaan, keinginan, dan sifat yang ada pada setiap perempuan.
Citra Sosial	Aspek Hubungan dengan Keluarga	Citra sosial perempuan yang dapat dilihat dari peran, posisi, atau kedudukannya di dalam keluarga
	Aspek Hubungan dengan Masyarakat	Citra sosial wanita merupakan citra wanita yang erat hubungannya dengan norma dan sistem nilai yang berlaku dalam satu kelompok masyarakat, tempat wanita menjadi anggota dan berhasrat mengadakan hubungan antar manusia
Representasi	Representasi Perempuan Pekerja	Aspek perempuan yang dilihat sebagai seorang pekerja
	Representasi Perempuan Pembelajar	Aspek perempuan yang dilihat sebagai seorang pembelajar
	Representasi Perempuan Penghibur	Aspek perempuan yang dilihat sebagai seorang penghibur
	Representasi Perempuan Pendamping laki-laki	Aspek perempuan yang dilihat sebagai seorang pendamping laki-laki
	Representasi Perempuan Imajiner	Aspek perempuan yang dilihat sebagai seorang perempuan imajiner
	Representasi Perempuan Sebagai Ibu	Aspek perempuan yang dilihat sebagai seorang ibu
	Representasi Perempuan Sebagai Pengantin	Aspek perempuan yang dilihat sebagai seorang pengantin
	Representasi Perempuan Dewi	Aspek perempuan yang dilihat sebagai seorang Dewi

Tabel 2. Uji Reliabilitas Citra Perempuan dan Batik pada Instagram Museum Batik Indonesia

Kategori	Unit Analisis	Koder 1	Koder 2	Koder 3	Uji Reliabilitas CR = 3M (N1+N2+N3)	Persentase
Citra Diri	Aspek Fisik	220	218	219	3(218) / (220+218+219)	99,54%
	Aspek Psikis	30	33	33	3(30) / (30+33+33)	93,75%
Citra Sosial	Aspek Hubungan dengan Keluarga	59	42	48	3(48) / (59+42+48)	84,56%
	Aspek Hubungan dengan Masyarakat	196	205	204	3(196) / (196+205+204)	97,19%

Tabel 3. Uji Reliabilitas Citra Perempuan dan Batik pada Instagram Museum Batik Indonesia

Kategori	Unit Analisis	Koder 1	Koder 2	Koder 3	Uji Reliabilitas CR = 3M (N1+N2+N3)	Persentase
Citra Diri	Aspek Fisik	220	218	219	3(218) / (220+218+219)	99,54%
	Aspek Psikis	30	33	33	3(30) / (30+33+33)	93,75%
Citra Sosial	Aspek Hubungan dengan Keluarga	59	42	48	3(48) / (59+42+48)	84,56%
	Aspek Hubungan dengan Masyarakat	196	205	204	3(196) / (196+205+204)	97,19%

Tabel 4. Uji Reliabilitas Representasi Perempuan dan Batik pada Instagram Museum Batik Indonesia

Kategori	Unit Analisis	Koder 1	Koder 2	Koder 3	Uji Reliabilitas CR = 3M (N1+N2+N3)	Persentase
Representasi	Representasi Perempuan Pekerja	21	12	42	3(21) / (21+12+42)	87,10%
	Representasi Perempuan Pembelajar	30	21	69	3(30) / (30+21+69)	79,17%
	Representasi Perempuan Penghibur	12	9	9	3(9) / (12+9+9)	21,43%
	Representasi Perempuan Pendamping Laki-laki	6	3	9	3(6) / (6+3+9)	100,00%
	Representasi Perempuan Imajiner	21	12	42	3(21) / (21+12+42)	84,00%
	Representasi Perempuan Sebagai Ibu	30	21	69	3(30) / (30+21+69)	75,00%
	Representasi Perempuan Sebagai Pengantin	12	9	9	3(9) / (12+9+9)	90,00%
	Representasi Perempuan Dewi	6	3	9	3(6) / (6+3+9)	100,00%

Tabel 5. Hasil Frekuensi Representasi Perempuan dan Batik pada Instagram Museum Batik Indonesia

Kategori	Unit Analisis	Koder 1	Koder 2	Koder 3	Frekuensi	Persentase Frekuensi
Representasi	Representasi Perempuan Pekerja	59	36	38	133	33,84%
	Representasi Perempuan Pembelajar	12	52	59	123	31,30%
	Representasi Perempuan Penghibur	6	1	12	19	4,83%
	Representasi Perempuan Pendamping Laki-Laki	15	9	6	30	7,63%
	Representasi Perempuan Imajiner	23	4	15	42	10,69%
	Representasi Perempuan Sebagai Ibu	3	7	23	33	8,40%
	Representasi Perempuan Sebagai Pengantin	3	3	3	9	2,29%
	Representasi Perempuan Dewi	-	1	3	4	1,02%
	Total	121	113	159	393	