

## **Memaknai Slogan Feminis Gen Z Di Instagram: Analisis Semiotika Atas Narasi Kesetaraan Gender Dalam Perspektif Islam**

**Teuku Zikril Hakim<sup>1</sup>, Ade Irma<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Aceh, Indonesia

Email Koresponden: [teukuzikril3@gmail.com](mailto:teukuzikril3@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini menganalisis fenomena slogan-slogan feminis viral di kalangan Gen Z di Instagram seperti “mokondo”, “laki-laki provider” dan “selain donatur dilarang ngatur” melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa slogan-slogan tersebut secara denotatif mengkritik patriarki, namun secara konotatif justru memperkuat stereotipe kapitalistik dan cenderung misandris. Dari perspektif Islam, fenomena ini bertentangan dengan prinsip kesetaraan gender dalam Al-Quran surat Al-Hujurat ayat 13, dan konsep relasi harmonis dalam surat Ar-Rum ayat 21. Penelitian ini menyimpulkan bahwa, perlu adanya rekontekstualisasi wacana feminisme digital yang sejalan dengan nilai-nilai Islam tentang keadilan dan etika komunikasi.

**Kata kunci: Feminisme Digital, Gen Z, Semiotika, Islam, Sensasional**

### **Pendahuluan**

Perkembangan media sosial di era platform sekarang menandakan narasi publik sangat bergantung dengan media sosial. Pembauran antara dua realitas, yaitu realitas fisik dan realitas digital terasa begitu kentara. Terlebih dikalangan Gen Z sebagai generasi mayoritas pengguna media sosial aktif. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang populer telah menjadi ruang bagi Gen Z untuk mengekspresikan diri, membangun identitas sosial, bahkan menyuarakan ide ataupun pikiran, termasuklah ekspresi mengenai feminisme. Namun, dewasa ini melihat ekspresi feminis yang berkembang di platform Instagram ini sering kali menjauh dari esensi perjuangan feminisme itu sendiri..

Fenomena slogan-slogan nyeleneh seperti “*laki-laki mokondo*”, “*laki-laki provider*”, “*selain donatur dilarang ngatur*” dan lainnya dengan sengaja di kampanyekan. Banyak perempuan gen Z yang mengira dan percaya bahwa slogan ini merupakan wujud dari pembebasan dominasi patriarki. Seperti reels Instagram dari akun @meicellehalim yang menuliskan caption “*bukan donatur jangan ngatur*”, dalam komentar reels ini mendapatkan respon positif, terutama dari perempuan. Padahal jika dilihat dari asas feminisme, fenomena ini merupakan bentuk



pengkerdilan nilai feminisme itu sendiri. Dalam hal ini, ide-ide feminisme dijadikan alat pembenaran untuk meng-ekspresikan degradasi moral yang mengaburkan batas antara kebebasan dan tanggung jawab.

Padahal secara historis, feminisme bukanlah ide tentang pembalasan, tetapi tentang pembebasan dari sistem seksisme yang menindas. Bell Hooks menekankan bahwa feminisme adalah upaya mengakhiri penindasan berbasis gender dalam seluruh bentuknya, dan seharusnya membebaskan semua orang, baik perempuan maupun laki-laki (Hook, 2014). Dalam konteks ini, slogan-slogan feminisme yang disuarakan justru lebih terkesan benci terhadap laki-laki atau merendahkan struktur sosial tertentu dan menyalahi tujuan awal gerakan tersebut.

Dominasi visual di media juga memperkuat narasi-narasi tertentu. Menurut Afifah (2025), media sosial kini menggantikan peran lembaga formal dalam membentuk identitas sosial dan nilai-nilai gender di kalangan Gen Z (Afifah & Kuntari, 2025). Penggunaan tagar, caption emosional, filter visual, serta fitur Reels memungkinkan penyebaran narasi feminisme dalam bentuk yang sangat personal, cepat, dan menyentuh. Namun, ketika konten-konten ini tidak disertai dengan pemahaman kritis dan nilai spiritual, maka ruang digital tersebut justru menjadi lahan subur bagi penyebaran nilai ekstrem yang menjauh dari keseimbangan.

Dalam studi Pithaloka et al. (2023), disimpulkan bahwa simbol-simbol digital dan humor sarkastik yang digunakan perempuan Gen Z dalam menyuarakan feminisme sering kali tidak lagi merefleksikan kesetaraan, tetapi menjadi instrumen untuk mempermalukan maskulinitas (Pithaloka, 2023). Hal ini diperparah oleh algoritma Instagram yang cenderung menampilkan konten sesuai preferensi pengguna, sehingga membentuk “ruang gema” (echo chamber) yang menguatkan ide-ide tertentu tanpa ruang untuk dialog atau refleksi (Faiz & Afrita, 2024).

Dalam perspektif Islam, kesetaraan gender diklasifikasikan sebagai prinsip. Hal ini terdiktum dalam beberapa ayat Al-Quran. Seperti dalam Surat Al-Hujurat ayat 13, yang menegaskan bahwa Allah hanya membedakan manusia dari sisi ketaqwaannya. Bunyi ayatnya:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ  
إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

*Artinya: Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti . (Q.S. Al-Hujurat: 13)*

Dalam QS. Ar-Rum ayat 21 menjelaskan bahwa relasi gender yang mapan adalah dengan terciptanya sakinah, mawaddah dan warahmah. Bukan dengan pertentangan dan polarisasi. Karena itu, setiap ekspresi kebebasan termasuk yang mengatasnamakan feminisme perlu ditimbang berdasarkan adab, etika, dan moralitas spiritual. Bunyi ayatnya:

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

*Artinya: Di antara tanda-tanda (kebesaran)-Nya ialah bahwa Dia menciptakan pasangan-pasangan untukmu dari (jenis) dirimu sendiri agar kamu merasa tenteram kepadanya. Dia menjadikan di antaramu rasa cinta dan kasih sayang. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berpikir (Q.S. Ar-Rum: 21)*

Kritik terhadap feminisme digital juga muncul dari sudut pandang akademisi Muslim. Fidhayanti dalam penelitiannya menegaskan pentingnya feminisme Islam yang menafsirkan ulang teks-teks keagamaan dengan adil gender tanpa meninggalkan prinsip-prinsip agama (Fidhayanti et al., 2024). Dalam kerangka ini, perjuangan perempuan bukan untuk menghapus peran laki-laki, melainkan untuk membangun struktur sosial yang setara, adil, dan beradab. Oleh karena itu, pemahaman Gen Z terhadap feminisme di media sosial seperti Instagram perlu ditinjau ulang agar tidak terjebak dalam ekstremisme nilai yang justru melemahkan cita-cita keadilan itu sendiri.

Dalam tulisannya Amril dan Anang menuliskan, bahwa propaganda feminisme digital yang berkembang tanpa pemahaman mendalam terhadap nilai agama berpotensi menjadi ekstremisme nilai yang justru mencederai semangat keadilan. Oleh karena itu, perlu ada telaah kritis terhadap pemahaman Gen Z terhadap feminisme, terutama untuk melihat sejauh mana kesadaran mereka sejalan atau menyimpang dari prinsip keadilan gender dalam Islam (Amril & Azhar, 2025).

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotika, untuk menelusuri bagaimana Gen Z memaknai isu feminisme dalam konten-konten Instagram, serta bagaimana pemaknaan ini mencerminkan gejala degradasi moral yang bertentangan dengan nilai-nilai spiritual Islam. Analisis semiotika penelitian ini mengadaptasi model analisis semiotika Rolan Barthes untuk mengurai makna denotatif, konotatif dan mitos dalam slogan feminis gen Z di Instagram. Data berupa caption, hashtag, dan visual dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi bagaimana narasi kesetaraan gender direpresentasikan sekaligus diselewngkan.

## **Pembahasan dan Hasil**

### **A. Sejarah Feminisme dan Eksistensinya Dalam Wacana Keislaman**

Feminisme merupakan sebuah gerakan atau lebih tepatnya ideologi yang dimaksudkan untuk membebaskan dominasi terhadap perempuan. Namun dalam konteks kesejarahan penamaan feminisme itu sendiri baru ada ditahun 1837, dan dinamakan oleh Charles Fourier dalam karyanya "*Theorie Des Quatre Mouvement*". Penamaan ini muncul sebagai bagian dari visinya Fourier tentang masyarakat utopis, dimana perempuan juga punya hak untuk memiliki kebebasan, termasuk dalam pekerjaan dan seksualitas (pernikahan). Walaupun demikian sejarah mencatat cikal bakal semangat kefeminisan di pelopori oleh Marry Wollstonecraft.

Marry Wollstonecraft tidak secara langsung menyebutkan istilah feminis. Namun, dalam bukunya *A Vindication of the Rights of Woman*, Wollstonecraft menuliskannya sebagai perjuangan untuk mencapai kesetaraan rasional dan pendidikan antara perempuan dan laki-laki. Ia menolak pandangan masyarakat pada masanya yang menganggap perempuan sebagai makhluk inferior yang hanya diciptakan untuk menyenangkan laki-laki. Wollstonecraft menekankan bahwa perempuan memiliki akal yang sama dengan laki-laki, sehingga mereka berhak mendapatkan akses pendidikan yang setara dan tidak boleh dibatasi oleh konstruksi sosial yang artifisial. Pemikirannya ini terutama tercantum dalam Bab 2 dengan anak judul "*The Prevailing Opinion of a Sexual Character Discussed*" (Wollstonecraft, 1995). di mana ia mengkritik gagasan Rousseau bahwa perempuan secara alamiah lebih lemah.

Dalam sejarah perkembangan feminisme, sejarawan membagi sejarah feminisme dalam tiga fase, yang masing-masing fase tersebut mencerminkan respon perempuan terhadap ketidaksetaraan dalam konteks zamannya:

1. Fase Pertama Akhir Abad ke-19 sampai Awal Abad ke-20

Feminisme fase pertama muncul di akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20 dan berfokus pada perjuangan hak-hak sipil dan hukum dasar perempuan, terutama hak untuk memilih (*suffrage*). Gelombang ini ditandai oleh munculnya aktivisme perempuan di ruang publik yang sebelumnya didominasi laki-laki, sebagai respon atas ketidakadilan hukum yang menempatkan perempuan dalam posisi subordinat, baik dalam keluarga maupun negara (Tong, 2013).

Tokoh-tokoh kunci dari fase ini antara lain Elizabeth Cady Stanton, Susan B. Anthony, dan Mary Wollstonecraft, yang memperjuangkan pengakuan atas eksistensi hukum perempuan sebagai individu yang memiliki kehendak politik. Gerakan ini berpuncak pada pengesahan *Nineteenth Amendment* di Amerika Serikat pada tahun 1920, yang memberikan hak suara bagi perempuan (Tong, 2013).

Feminisme gelombang pertama secara umum berakar pada prinsip liberalisme, yakni keyakinan bahwa individu, tanpa memandang jenis kelamin, memiliki hak yang sama untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial dan politik. Namun, ia juga mencatat bahwa gerakan ini cenderung didominasi oleh perempuan kulit putih kelas menengah, sehingga mengabaikan pengalaman perempuan dari kelompok ras dan kelas yang berbeda (Tong, 2013).

2. Fase Kedua Tahun 1960-an sampai 1980-an

Pada fase kedua pergerakan feminisme lahir dari bentuk kekecewaan perempuan pasca-perang dunia kedua yang merasa bahwa hak pilih saja tidak cukup untuk mengatasi ketimpangan gender. Perempuan masih diposisikan sebagai istri dan ibu rumah tangga, sementara akses mereka terhadap pekerjaan, pendidikan, dan kebebasan seksual sangat terbatas (Tong, 2013).

Gelombang ini dipengaruhi oleh konteks sosial-politik tahun 1960-an, seperti gerakan hak-hak sipil, gerakan mahasiswa, dan perlawanan terhadap perang Vietnam. Betty Friedan, melalui bukunya *The Feminine Mystique* (1963), memicu kesadaran perempuan kelas menengah Amerika terhadap fenomena "*the problem that has no name*", perasaan hampa dan frustrasi karena dibatasi dalam peran domestik (Tong, 2013).

Feminisme gelombang kedua memperluas cakupan perjuangan ke ranah ketimpangan upah dan diskriminasi ditempat kerja (ekonomi), representasi perempuan dalam media (budaya), dan hak reproduksi dan akses kontrasepsi (seksualitas) (Tong, 2013).

### 3. Fase Ketiga Tahun 1990-an sampai Sekarang

Feminisme gelombang ketiga muncul sebagai bentuk reaksi terhadap keterbatasan feminisme gelombang kedua. Gerakan ini menolak klaim kebenaran tunggal dan mendorong pluralitas pengalaman perempuan, terutama dari kelompok yang sebelumnya terpinggirkan seperti perempuan kulit hitam, perempuan Muslim, serta perempuan dari non barat (Tong, 2013).

Tokoh seperti Rebecca Walker menekankan pentingnya pendekatan interseksionalitas, yakni gagasan bahwa pengalaman perempuan dipengaruhi oleh gabungan dari identitas-identitas mereka seperti ras, gender, kelas, dan orientasi seksual. Feminisme pada fase ini tidak sekadar memperjuangkan kesetaraan formal, melainkan juga mengkritisi struktur sosial, bahasa, dan budaya yang melanggengkan ketimpangan (Tong, 2013).

Pada fase ini pula pergerakan feminisme bisa dikatakan cukup ekstrem. Mereka menunjukkan sikap yang seolah-olah menyatakan ketidaktakutan pada kontradiksi, dan mengakui bahwa gerakan ini bisa inklusif terhadap perbedaan bahkan ketika tidak ada konsensus ideologis di antara para feminis. Mereka juga menyambut ruang baru seperti media sosial, fashion, musik, dan meme sebagai medium perjuangan. Di sinilah slogan-slogan feminisme digital Gen Z hari ini dapat dipahami sebagai ekspresi dari semangat gelombang ketiga (Tong, 2013).

## **B. Feminisme dari Perspektif Islam**

Dalam kancah ke-Islaman, feminisme muncul bukan sebagai perlawanan terhadap Islam. Melainkan sebagai upaya untuk menegaskan kembali ajaran Islam yang hakiki tentang keadilan dan kesetaraan gender, dengan cara yang berbeda dari pendekatan feminisme Barat. Gerakan ini lahir dari kesadaran bahwa ketimpangan yang dialami perempuan Muslim selama ini bukan berasal dari teks-teks Al-Qur'an, melainkan dari tafsir-tafsir patriarkal yang berkembang secara historis dalam tradisi keilmuan Islam klasik, yang sering kali diproduksi secara eksklusif oleh laki-laki dan mencerminkan pandangan dunia yang maskulin (Daud, 2020).

Sejarah feminisme Islam mencatat bahwa para pemikir perempuan Muslim seperti Fatima Mernissi, Amina Wadud, dan Asma Barlas mencoba membongkar dominasi tafsir tersebut dengan melakukan pendekatan baru terhadap teks-teks agama. Mereka menggunakan metode hermeneutika, kontekstualisasi sejarah, dan pendekatan linguistik untuk membaca ulang ayat-ayat yang selama ini dianggap bias gender, seperti QS. An-Nisa ayat 34 atau QS. Al-Baqarah ayat 228 (Daud, 2020). Menurut Fatima Mernissi, ketimpangan bukan datang dari Islam, melainkan dari penafsiran budaya yang patriarkis yang dibungkus dengan legitimasi agama (Mernissi, 1993). Sementara itu, Amina Wadud menegaskan bahwa Al-Qur'an mendukung kesetaraan moral dan spiritual antara laki-laki dan perempuan, dan bahwa relasi sosial dalam Islam seharusnya bersifat simetris, bukan hierarkis (Wadud, 1999).

Feminisme Islam di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 1980-an, terutama melalui jalur pendidikan, dakwah kampus, dan lembaga keagamaan perempuan seperti Aisyiyah, Muslimat NU, dan Fatayat NU. Mereka tidak sekadar berkegiatan dalam kerja-kerja domestik, tetapi juga mulai membangun wacana gender dalam Islam dan mendorong interpretasi keagamaan yang lebih adil terhadap perempuan (Daud, 2020). Lembaga seperti Rahima juga muncul dengan semangat untuk menjembatani antara pemahaman Islam dan keadilan gender. Di ranah akademik dan aktivis, feminisme Islam hadir sebagai alternatif dari feminisme liberal dan sekuler, karena mengedepankan nilai Tauhid, keadilan dan rahmat, yang menjadi landasan normatif dalam perjuangan kesetaraan (Daud, 2020).

Islam secara normatif tidak menolak keadilan gender. Bahkan, dalam banyak ayat Al-Qur'an, seperti QS. Al-Hujurat ayat 13 dan QS. At-Taubah ayat 71, ditegaskan bahwa laki-laki dan perempuan adalah mitra dalam kebaikan, bukan pihak yang saling menundukkan. Oleh karena itu, feminisme Islam tidak menuntut kesamaan mutlak peran biologis atau sosial antara laki-laki dan perempuan, melainkan menuntut pengakuan atas kesetaraan martabat dan hak sebagai manusia di hadapan Tuhan dan sesama (Daud, 2020).

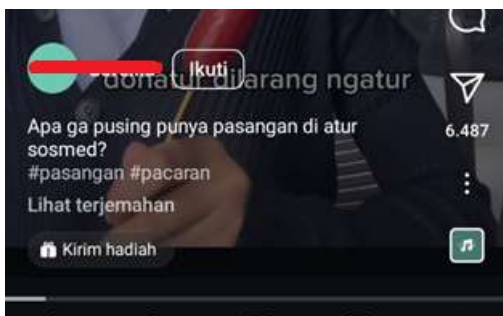
Oleh karena itu, dalam kerangka feminisme Islam yang digagaskan, fenomena slogan-slogan feminisme sensasional Gen Z di Instagram, seperti "*mokondo*", "*laki-laki itu provider*", "*dilarang ngatur selain donatur*" justru sudah mengabaikan prinsip kesetaraan rasional dan tanggung jawab sosial yang diperjuangkan. Alih-alih mendorong dialog konstruktif, narasi tersebut cenderung bersifat misandris dan menghindari kewajiban.

### C. Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Slogan Sensasional

Dalam perspektif Islam, media sosial merupakan instrumen netral yang nilainya tergantung pada tujuan dan cara penggunaannya. Islam tidak menolak perkembangan teknologi komunikasi, termasuk media sosial, selama digunakan untuk menyebarkan kebenaran, ilmu, serta menjaga adab dalam berkomunikasi. Beberapa ulama kontemporer seperti Yusuf al-Qardawi dan Tariq Ramadan menyampaikan bahwa media sosial dapat menjadi sarana dakwah dan amar ma'ruf nahi munkar jika digunakan dengan etika Islam yang kuat. Ramadan menekankan pentingnya etika partisipatif, yaitu prinsip bahwa setiap Muslim harus menjaga tanggung jawab moral dalam ruang publik digital (Ramadan, 2009).

Namun, dalam praktiknya, media sosial seringkali menjadi ruang penyebaran konten provokatif, vulgar, bahkan destruktif terhadap nilai-nilai Islam, terutama dalam isu sensitif seperti feminisme. Dalam pantauan penulis, tidak sedikit konten yang mengangkat slogan-slogan feminisme justru terjebak pada gaya penyampain yang agresif dan menyindir..

Seperti beberapa konten dari akun publik dan personal dibawah ini:





Narasi serta slogan yang digunakan dari akun-akun di atas membuktikan bahwa, narasi feminisme digital dikalangan gen Z telah bergeser menjadi ajang pembentukan opini publik yang sering kali mengedepankan kebebasan ekspresi tanpa pertimbangan etika dan nilai spiritual. Dalam konteks ini, fenomena echo chamber menjadi sangat signifikan, Algoritma media sosial memperkuat kondisi ini dengan hanya menampilkan konten-konten yang sejalan dengan preferensi pengguna, sehingga slogan-slogan yang mereka konsumsi dan reproduksi menjadi bagian dari pola pikir kolektif yang tidak selalu disertai refleksi kritis.

Akibatnya, muncul semacam "resonansi ideologis" dalam lingkaran digital Gen Z, di mana slogan-slogan feminisme tidak lagi dibaca sebagai wacana yang terbuka untuk interpretasi dan debat, melainkan sebagai kebenaran tunggal yang dikukuhkan melalui likes, shares, dan komentar yang mendukung. Dalam suasana seperti ini, konten yang viral bukan lagi diukur berdasarkan kekuatan argumentasi, melainkan daya pikat emosional dan kemampuannya membentuk kesan ideologis yang kuat.

Jika dilihat secara semiotik dalam kerangka yang digagaskan oleh Roland Barthes, fenomena ini merupakan sistem tanda yang memuat lapisan makna bertingkat. Secara denotatif, frasa ini hanya menyatakan bahwa laki-laki adalah penanggung jawab nafkah atau kebutuhan ekonomi dalam relasi rumah tangga. Namun ketika slogan ini muncul dalam ruang digital Gen Z, terutama dalam bentuk meme atau caption sarkastik, maknanya bergeser secara konotatif menjadi semacam sindiran terhadap laki-laki yang tidak mampu memenuhi ekspektasi ekonomi tersebut. Dalam banyak kasus, slogan ini dijadikan alat untuk mengejek laki-laki yang dianggap tidak mapan secara finansial, dan secara implisit menyiratkan bahwa nilai atau kelayakan seorang laki-laki ditentukan dari seberapa besar daya belinya, bukan dari kualitas kepribadiannya.

Pada level mitos, slogan ini mereproduksi ideologi bahwa dalam relasi gender, laki-laki yang tidak memiliki kekuatan ekonomi tidak layak dijadikan pasangan. Dalam konteks budaya populer Gen Z, hal ini memperkuat sistem nilai berbasis kapitalistik yang mengukur kelayakan manusia terutama laki-laki, melalui stabilitas materi dan status sosial. Jadi konteks fenomena ini, slogan tersebut bukannya membongkar ketimpangan patriarki, namun justru mengafirmasi ekspektasi patriarkis dengan cara baru bahwa, laki-laki tetap harus kuat dan dominan secara ekonomi. Jika tidak, mereka akan dilecehkan secara verbal dan simbolik (Amril & Azhar, 2025).

Dari perspektif Islam, slogan-slogan seperti perlu dikritisi, karena dari segi etika dakwah dan komunikasi, Islam sangat mengecam omongan atau ekspresi yang melecehkan, dan menghina terlepas dari niat awalnya. Seperti yang terdiktum dalam Surah Al-Hujurat ayat 11, yang menjelaskan bahwa, Allah mengecam orang-orang yang tidak menjaga omongannya.

#### D. Respon Pro dan Kontra Gen Z Terhadap Konten yang Memuat Slogan Sensasional

Dalam platform media sosial khususnya Instagram, konten-konten yang memuat slogan feminisme sensasional, kerap menimbulkan respon yang terbelah di kalangan gen Z. Respon tersebut tidak hanya terlihat dari kolom komentar, tetapi juga bentuk partisipasi aktif seperti duet, maupun pembuatan konten balasan untuk menolak. Seperti konten balasan dari akun @acjoo terhadap @micellehalim. Dalam konten tersebut @acjoo mengkritik @micellehalim karena pemakaian slogan sensasional feminis dalam kontennya memperkeruh diskursus kesetaraan gender.



Banyak responden dari kalangan gen Z yang setuju terhadap apa yang dikatankan oleh @acjoo dalam postingan balasan tersebut. Dalam kolom komentar netizen berpendapat terutama gen Z bahwa, apa yang disampaikan oleh @micellehalim dalam kontennya adalah perendahan terhadap perempuan. Malahan kontennya tersebut, justru memposisikan perempuan menjadi sesuatu yang sama dengan objek dan bisa dinilai dengan uang.

Disisi lain, ada juga gen Z yang setuju terhadap slogan-slogan sensasional tersebut, seperti dalam akun @meybee21 dan @transtv\_corp:



Mayoritas respon gen Z yang setuju di latar belakang pengalaman sosial, sehingga mereka melihat fenomena ini sebagai hal yang relatable . Mereka cenderung melihat slogan-slogan tersebut sebagai bentuk “perlawanan simbolik” atas hegemoni budaya patriarki yang masih mengakar, baik dalam konteks relasi asmara, keluarga, maupun ruang publik. Slogan tersebut dianggap sebagai cara untuk menyuarakan pengalaman yang sebelumnya terbungkam, dan sebagai bentuk afirmasi identitas perempuan yang otonom. Beberapa narasi bahkan menyamakan keberanian menyuarakan slogan sarkastik dengan keberanian perempuan melawan ketidakadilan sistemik.

Walaupun demikian, Islam tetap memandang bahwa perjuangan melawan ketidakadilan harus dilandasi oleh prinsip hikmah, adab, dan keadilan, bukan kebencian atau penghinaan simbolik terhadap kelompok lain. Dalam perspektif Islam, kebebasan berekspresi bukanlah kebebasan absolut, melainkan terikat pada nilai moral dan tanggung jawab sosial. Kritik terhadap sistem patriarki boleh saja dilakukan, tetapi tidak dengan cara yang menciptakan permusuhan, merusak akhlak komunikasi, atau menumbuhkan kebencian berbasis jenis kelamin (Shihab, 2021).

Selain itu, Islam mengajarkan prinsip qaulan baligha (ucapan yang mendalam), qaulan karima (ucapan yang mulia), dan qaulan layyina (ucapan yang lembut), yang semuanya mengandung tuntunan agar penyampaian pesan sekeras apapun kebenarannya, harus tetap dilakukan dengan cara yang adil dan beradab (Nawawi, 2015). Dengan demikian, slogan-slogan feminis yang dibalut dalam sindiran atau ejekan terhadap laki-laki, seperti “*mokondo*”, “*laki-laki itu provider*”

*dan lainnya*, sangat berisiko menggeser perjuangan kesetaraan menjadi ajang pelecehan simbolik, yang justru bertentangan dengan nilai-nilai Islam tentang 'adl (keadilan), rahmah (kasih sayang), dan ta'awun (saling menolong) dalam membangun relasi sosial yang sehat. Perjuangan perempuan dalam Islam justru dimulihkan ketika dilakukan dengan adab dan argumentasi, bukan dengan amarah apalagi penghinaan (Mulia, 2007).

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis terhadap fenomena penyebaran slogan feminis Gen Z di Instagram, dapat disimpulkan bahwa media sosial telah menjadi arena baru bagi perempuan muda untuk menyuarakan identitas, pengalaman sosial, serta kritik terhadap relasi gender yang timpang. Slogan-slogan sensasional seperti "mokondo" dan "laki-laki itu provider" dimaknai oleh sebagian besar Gen Z sebagai bentuk perlawanan simbolik terhadap budaya patriarki yang masih mengakar, baik dalam lingkup relasi personal maupun sosial. Bagi mereka, ekspresi semacam ini terasa relevan (relatable) karena berkaitan langsung dengan pengalaman ketidakadilan yang mereka alami atau saksikan.

Namun demikian, narasi digital yang dibangun melalui slogan-slogan tersebut tidak lepas dari problematika etis dan nilai. Banyak respon positif terhadap konten sarkastik justru terjebak dalam pola komunikasi yang mengabaikan adab dan penghormatan terhadap pihak lain. Hal ini menunjukkan bahwa semangat membongkar ketimpangan gender bisa berubah menjadi bentuk pembalasan simbolik yang cenderung memproduksi stigmatisasi baru, khususnya terhadap laki-laki yang tidak memenuhi standar ekonomi.

Dari perspektif Islam, perjuangan kesetaraan gender adalah hal yang sah dan dijamin dalam prinsip. Namun cara penyampaiannya harus tetap dalam bingkai etika, adab, dan tanggung jawab sosial. Kebebasan berekspresi bukan berarti bebas menghina atau mempermalukan, sebab Islam mendorong penyampaian kebenaran dengan kelembutan, ucapan mulia, dan hikmah. Oleh karena itu, kritik sosial dalam bentuk slogan-slogan feminis digital perlu direfleksikan ulang agar tidak jatuh ke dalam jurang pelecehan simbolik, melainkan menjadi instrumen edukatif yang membangun kesadaran, bukan kemarahan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Afifah, Nadia, and Septi Kuntari. (2025) Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok Dan

- Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora* 4(3), 4409–15. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8367>.
- “Al-Quran Online Terjemah Dan Tafsir Bahasa Indonesia. Quran NU Online. <https://quran.nu.or.id/>. (Diakses pada tanggal 19 Juni 2025).
- Amril, and Anang Anas Azhar. (2025). Propaganda Feminisme Di Era Society 5.0: Telaah Pandangan Sensasional Perempuan Gen Z Di Tiktok Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi* 6(2) 1392–1402. <https://doi.org/10.63447/jimik.v6i2.1435>.
- An-Nawawi, Imam. (2015). *Riyadhus Shalihin*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar.
- Daud, Fathonah K. (2020). Feminisme Islam Di Indonesia: Antara Gerakan Modernisme Pemikiran Islam Dan Gerakan Perjuangan Isu Gender. *Jurnal Harkat: Media Komunikasi Gender* 16(2),: 102–16.
- Faiz, Muhammad, and Juwika Afrita. (2024). Tantangan Dan Strategi Pemahaman Bahasa Arab Untuk Pendidikan Generasi Z: Analisis Dan Prospek Masa Depan. *Jurnal Pendidikan Indonesia* 5(4),156–64. <https://doi.org/10.59141/japendi.v5i4.2749>.
- Fidhayanti, Dwi, Muhammad Muhammad, Mahbub Aunur Rofiq, Muhammad Robith Fuadi, Abdul Hakim, and Nabrisatul Chusna Bil Makkiy. (2024). Rethinking Islamic Feminist Thought on Reinterpreting the Qur’an: An Analysis of the Thoughts of Aminah Wadud, Fatima Mernissi, Asma Barlas, and Riffat Hassan. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman* 35(1), 37–56. <https://doi.org/10.33367/tribakti.v35i1.4956>.
- Hooks, Bell. (2014). *Feminism Is for Everybody: Passionate Politics*. 2nd ed. New York: Routledge.
- Mernissi, Fatima. (1993). *Women and Islam: An Historical and Theological Inquiry*. India: Kali for Women.
- Mulia, Musda. (2007). *Islam & inspirasi kesetaraan gender*. Jawa Barat: Kibar Press.
- Pithaloka, Dyah, Ivan Taufiq, and Mutia Dini. (2023). Pemaknaan Perempuan Generasi Z Terhadap Maskulinitas Joget Tiktok. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 7(1): 69–78. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.24793>.
- Ramadan, Tariq. (2009). *Radical Reform: Islamic Ethics and Liberation*. Oxford: Oxford University Press.

- Shihab, Quraish. (2021) *Tafsir Al-Misbah Jilid 13*. Vol. 13. 15 vols. Tangerang Selatan: PT Lentera Hati.
- Tong, Rosemarie. (2013). *Feminist Thought: A Comprehensive Introduction*. Milton Park: Routledge.
- Wadud, Amina. (1999). *Qur'an and Woman: Rereading the Sacred Text from a Woman's Perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- Wollstonecraft, Mary. (1999). *Wollstonecraft: A Vindication of the Rights of Men and a Vindication of the Rights of Woman and Hints*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A. B., & Efendi, S. (2025). *Metodologi Penelitian: Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methods*. PT. Media Penerbit Indonesia.