

Strategi Komunikasi Akun Instagram @ Rahasiagadis dalam Pemberdayaan Perempuan Muda: Analisis *Uses and Gratifications* dan Model RACE

Ika Yuliasari^{1*}, Mark Mbooh², Nadya Kesyariani³, Arun Yudha⁴, Nuraida⁵

¹Universitas Jayabaya, ^{2,3,4,5}Universitas Pakuan

^{*}Surel penulis: syulia927@gmail.com

Kronologi Naskah: diterima 7 Desember 2025; direvisi 10 Desember 2025; diputuskan 31 Desember 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dan strategi komunikasi akun Instagram @rahasiagadis dalam upaya pemberdayaan perempuan muda di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah dokumentasi konten instagram, observasi non-partisipatif, wawancara mendalam dengan pengelola akun dan penelusuran kepustakaan. Referensi teori sebagai pedoman analisis adalah *Uses and Gratifications* didukung model strategi komunikasi RACE (*Research-Action-Communication-Evaluation*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa @rahasiagadis berhasil menjadi ruang digital perempuan muda dalam memenuhi kebutuhan informasi, identitas pribadi, dan integrasi sosial audiensnya. Akun Instagram @rahasiagadis menyajikan beragam informasi perempuan muda, memiliki 3.2 juta pengikut, akses berulang dan interaksi aktif khalayak di ruang digital. Kebaruan dalam konten informasi adalah konsistensi wacana pemberdayaan perempuan masa kini yakni kesehatan mental, *toxic relationship*, *body positivity*, dan kesetaraan gender. Akun @rahasiagadis merupakan konstruksi media sosial untuk pemberdayaan perempuan masa kini melalui komunikasi yang berorientasi komunitas, partisipatif, dan berempati. Kesimpulan dari penelitian adalah akun @rahasiagadis berperan dalam edukasi dan diseminasi isu perempuan terkini. kesehatan mental, *toxic relationship*, *body positivity*, dan kesetaraan gender. Edukasi mendorong validasi emosional dan perubahan perilaku perempuan. Strategi komunikasi berbasis data, empatik, responsif dengan opini khalayak, dan evaluasi konten. Strategi komunikasi didukung dengan perancangan pesan yang inklusif dan bukan doktrin dalam teks audio visual di Instagram.

Kata kunci: instagram; interaksi audiens; @rahasiagadis; pemberdayaan perempuan; strategi komunikasi.

Abstract

*This study aims to analyze the role and communication strategies of the Instagram account @rahasiagadis in empowering young women in Indonesia. The research was conducted using a qualitative approach and descriptive methods. Data collection techniques included documentation of Instagram content, non-participatory observation, in-depth interviews with account managers, and literature review. The theoretical reference used to guide the analysis was the *Uses and Gratifications* model, supported by the RACE (*Research-Action-Communication-Evaluation*) communication strategy model. The results show that @rahasiagadis has successfully become a digital space for young women, meeting the information, personal identity, and social integration needs of its audience. The @rahasiagadis Instagram account presents a variety of information for young women, has 3.2 million followers, and enjoys repeated access and active audience interaction in the digital space. The novelty in the information content is the consistency of contemporary women's empowerment discourse, including mental health, toxic relationships, body positivity, and gender equality. The @rahasiagadis account has been constructed as social media for empowering women today through community-oriented, participatory communication, and empathetic communication. The conclusion of the study related with the role of @rahasiagadis account in educating and disseminating current women's issues, including mental health, toxic relationships, body positivity, and gender equality. Education encourages emotional validation and behavioral change in women. The communication strategy is data-driven, empathetic, responsive to audience opinion, and content evaluation. The communication strategy is supported by designing inclusive and non-doctrinal messages in audio-visual texts on Instagram.*

Keywords: audience interaction; communication strategy; instagram; @rahasiagadis; women's empowerment.

Pendahuluan

Peradaban manusia berkembang dengan arus globalisasi dan kemajuan teknologi media digital. Dewasa ini dijumpai informasi di media yang membahas ketidaksetaraan gender khususnya ketidakadilan pada perempuan. Terminologi gender sering dikaitkan dengan pembahasan emansipasi perempuan. Pada dasarnya, konsep gender berbeda dengan jenis kelamin atau sex. Jenis kelamin adalah penyifatan atau pembagian kategori manusia yang ditentukan secara biologis dan tidak dapat ditukarkan

Gender adalah sifat yang melekat pada perempuan maupun laki-laki yang dikonstruksi secara sosial budaya. Perbedaan-karakter gender disosialisasikan dan dikonstruksi secara sosial budaya, melalui ajaran keagamaan maupun negara (Fakih, 2008). Ketidakadilan terhadap perempuan berkaitan dengan konsep feminisme. Feminisme menurut Khatimah (2003) merupakan kesadaran terhadap eksploitasi perempuan yang terjadi di keluarga, tempat kerja, dan lingkungan sosial.

Secara yuridis, peraturan tentang perlindungan perempuan dan perwujudan keadilan gender berkembang secara dinamis. Kania (2015) mengemukakan bahwa prinsip persamaan yang diamanatkan adalah penghapusan diskriminasi, karena setiap warga negara mempunyai hak yang sama secara hukum tanpa memandang suku, agama, jenis kelamin, kedudukan, dan golongan.

Kebijakan yang mendukung peran perempuan adalah Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 65 tahun 2005 dan telah diperbarui dalam Perpres Nomor 8 tahun 2024. Peraturan Presiden menjelaskan bahwa Komisi Nasional Perempuan adalah lembaga independen yang dibentuk untuk menangani masalah kekerasan terhadap perempuan, mengoordinasikan kegiatan dan memberikan masukan kepada pemerintah.

Walaupun secara hukum perempuan memiliki kesetaraan dengan laki-laki, namun stigma negatif perempuan masih menjadi fenomena dalam sosial budaya di Indonesia. Komisi Nasional (Komnas) Perempuan melaporkan peningkatan signifikan kasus

Kekerasan Berbasis Gender (KBG) terhadap perempuan dan pada tahun 2024 mencapai 35.000 laporan (Antaraneews.com, 2025)

Dinamika peran perempuan di Indonesia didukung dengan eksistensi beberapa komunitas perempuan yang memiliki visi dan misi. Salah satu komunitas pendorong emansipasi wanita yang menggunakan platform media sosial di Indonesia adalah Rahasiagadis.

Rahasiagadis sebagai komunitas perempuan dibentuk oleh Dhika Himawan dan Adelle Odelia Tanuri pada tahun 2014 dengan misi untuk mengembangkan dan mempererat komunitas perempuan muda melalui edukasi kesehatan mental, pengembangan diri, dan kecantikan *inner beauty*. Rahasiagadis menggunakan berbagai platform media seperti Facebook, X, Youtube, Tik-Tok, Website, dan Instagram.

Pengelola Akun Instagram Rahasiagadis (@rahasiagadis) menjelaskan bahwa jumlah followers mencapai 3,2 Juta pada tahun 2025. Sementara media sosial lain seperti Facebook (@Rahasia Gadis) memiliki 58.000 followers, X (@RahasiaGadisLit) memiliki 4.132 followers, Youtube (@RahasiaGadis) memiliki 58.400 followers, dan Tik-Tok (@rahasiagadisofficial) memiliki 141.600 followers. Jumlah anggota Rahasiagadis sebagian besar adalah perempuan muda berusia 18-24 tahun terdiri dari kalangan pelajar, mahasiswa dan pekerja.

Dikutip dari web NapoleonCat.com (2025), jumlah pengguna instagram di Indonesia mencapai 89.891.300 di tahun 2024 atau sebesar 31,7% dari populasi penduduk Indonesia dan 54,9 % pengguna Instagram adalah perempuan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik yang merujuk pada literatur William H. Frey - Analysis of Census Bureau Population Estimates, generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012 dan saat ini berada di usia 13-28 tahun (BPS, 2025).

Komunitas perempuan Rahasiagadis melaksanakan peranan edukatif dengan tema hak perempuan. Bentuk program adalah *workshop*, konsultasi pengalaman perempuan, dan *confession room*. Pengelola RG

(Rahasiagadis) menjelaskan data Impact Report bahwa dari 40.000 gadis pengguna *confession room* : 25% merasa cemas, 71% membutuhkan *support system*, 80% kurang percaya diri untuk menjadi pemimpin dan 33% mengalami pelecehan secara fisik.

Pemilihan topik media sosial Instagram Rahasiagadis terkait dengan informasi tentang kaum perempuan. Penggunaan efek audio visual yang menarik di Instagram akun @rahasiagadis menciptakan narasi yang menggugah minat dan membentuk persepsi positif audiens . Akun @rahasiagadis menawarkan elemen interaktif yang memungkinkan audiens untuk terlibat langsung melalui fitur seperti komentar, *direct message*, dan *polling*. Fitur tersebut menjadi sarana akun @rahasiagadis untuk menyebarkan pesan edukatif dengan pendekatan “*storytelling*” dan penggunaan “*influencer*”

Strategi komunikasi dapat ditempuh dengan tahap perancangan konten , penentuan fitur media, dan dampak terhadap audiens. Tema menarik meliputi kehidupan pribadi, rahasia, dan harapan perempuan muda. Akun Instagram @rahasiagadis memanfaatkan berbagai teknik komunikasi untuk menarik perhatian perempuan muda, dengan fokus pada narasi yang menggugah rasa ingin tahu dan ketertarikan mereka.

Secara normatif, regulasi terkait penggunaan media sosial, seperti “Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)” di Indonesia mengatur bahwa setiap konten yang disebarluaskan melalui media sosial harus sesuai dengan norma dan etika yang berlaku. Konten di media digital tidak boleh mengandung informasi yang dapat merugikan atau menyesatkan masyarakat. (BPK, 2025) Namun, dalam praktiknya, terjadi kesenjangan antara regulasi dan implementasi di lapangan.

Instagram sebagai platform yang sangat populer kadang menyajikan pesan dengan manipulasi psikologi pengguna, khususnya perempuan muda. Fenomena penyimpangan normatif terjadi ketika regulasi konten digital tidak selaras dengan praktek media yang taat asas hukum. Hal ini dapat menimbulkan

ketimpangan diseminasi informasi dan dampak media sosial .

Media sosial Rahasiagadis menjadi sarana membangun komunitas berbasis interaksi dan partisipatif. Tufte (2009) mengemukakan bahwa partisipasi masyarakat merupakan faktor pendukung proses komunikasi interaktif dan berkesinambungan. Jaringan komunikasi interaktif terbentuk dan memperkuat jaringan sosial di era digital Castells (2000). Pemberdayaan perempuan muda sebagai wacana akun @rahasiagadis menekankan pada dampak perubahan kognisi, afeksi dan perilaku audiens.

Fenomena di media sosial komunitas perempuan Rahasiagadis dapat ditinjau dengan perspektif Uses and Gratifications. Kajian tentang ketidaksetaraan gender dan kepuasan informasi perempuan muda di media sosial relevan dengan implementasi teori Uses and Gratifications di era digital (Littlejohn, 2017). Dewasa ini, media sosial dan platform digital lainnya telah digunakan perempuan muda untuk mengekspresikan diri, mencari dukungan, dan membangun komunitas. Kepentingan tersebut membutuhkan pemahaman kritis tentang penggunaan media dan bagaimana isu-isu gender dibingkai .

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian adalah, (1) bagaimana peranan akun @rahasiagadis dalam diseminasi informasi tentang pemberdayaan perempuan?. (2) bagaimana strategi komunikasi pengelola akun @rahasiagadis dalam pemberdayaan kaum perempuan?

Penelitian ini menggunakan pijakan teori *Uses and Gratifications* dan Model RACE. Teori *uses and Gratifications* merupakan salah satu pendekatan dalam ilmu komunikasi yang memandang audiens sebagai pihak yang aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan psikologis dan sosial. Blumler dan Katz dalam Littlejohn (2017) mengemukakan bahwa media dipandang sebagai alat yang digunakan individu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Individu tidak hanya mengonsumsi informasi media karena pengaruhnya, tetapi karena dorongan internal untuk memperoleh manfaat dari media

tersebut.

Dalam konteks media sosial seperti Instagram, teori *Uses and Gratifications* relevan karena pengguna tidak hanya mengakses informasi, melainkan juga produsen yang aktif dalam membuat, membagikan, dan menanggapi konten. Instagram memberi ruang partisipatif bagi penggunanya untuk terlibat dalam komentar, fitur *polling*, *direct message*, berbagi cerita dan opini. Pendekatan yang dilakukan oleh pengelola media sosial Instagram Rahasiagadis menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses dinamis yang melibatkan partisipasi pembuat konten dan audiensnya.

Kebutuhan yang mendorong khalayak untuk mengakses media dibagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu kebutuhan informasi, kebutuhan identitas pribadi, kebutuhan integrasi dan interaksi sosial. Dimensi kebutuhan ini penting untuk dasar analisis pola konsumsi media dan bagaimana media sosial dapat memenuhi dimensi kebutuhan audiens (McQuail, 2012).

Pertama, kebutuhan informasi. Dalam konteks akun Instagram @rahasiagadis, kebutuhan ini dipenuhi melalui konten-konten edukatif yang membahas isu-isu seperti kesehatan mental, *toxic relationship*, *body positivity*, dan kekerasan berbasis gender. Konten tersebut menyajikan fakta, tips, dan panduan yang membantu audiens memahami situasi mereka serta mengambil langkah yang lebih baik dalam kehidupan sehari-hari. Kedua, kebutuhan identitas pribadi. Konten yang dipublikasikan oleh akun @rahasiagadis sering kali menyentuh tema tentang harga diri, keberanian menjadi diri sendiri, serta narasi tentang perempuan yang kuat dan independen. Kutipan-kutipan afirmatif seperti "kamu berharga", "kamu nggak sendiri", dan "valid kok ngerasa kayak gitu" merupakan contoh ekspresi verbal yang mendukung pembentukan identitas diri audiens. Dalam hal ini, akun tersebut berfungsi sebagai cermin di mana para pengikutnya dapat merefleksikan nilai dan kepercayaan diri mereka sendiri.

Ketiga, kebutuhan integrasi dan interaksi sosial. Instagram sebagai platform media sosial memberikan fitur-fitur interaktif seperti

polling, Q&A, komentar, dan *direct message* yang dimanfaatkan secara maksimal oleh @rahasiagadis. Adanya ruang *confession room*, sesi tanya jawab terbuka, serta diskusi di kolom komentar menunjukkan bahwa akun ini menciptakan lingkungan komunikasi dua arah yang partisipatif. Melalui interaksi ini, para pengguna merasa didengar, diterima, dan terhubung dengan komunitas yang memahami mereka.

Dengan kategori kebutuhan ini, dapat diasumsikan bahwa strategi komunikasi @rahasiagadis dapat menyentuh kebutuhan audiens digital masa kini. Konten yang informasi yang disajikan bersifat membangun pemahaman komunitas, menjalin kedekatan emosional, menciptakan ruang partisipatif dan mendorong pemberdayaan perempuan muda.

Model strategi komunikasi Cutlip, Center, dan Broom (2000) merupakan salah satu pendekatan dalam bidang hubungan masyarakat (*public relations*) dan komunikasi strategis. Model RACE merupakan akronim dari *Research, Action, Communication, dan Evaluation*. Keempat tahap ini membentuk siklus komunikasi strategis yang dapat digunakan untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kampanye komunikasi secara menyeluruh.

Tahap pertama adalah *Research* (penelitian atau riset). Dalam tahap ini, organisasi atau komunikator melakukan pengumpulan data dan informasi untuk memahami situasi, audiens, masalah komunikasi, serta peluang yang tersedia. Riset ini mencakup analisis situasi, pemetaan target audiens, dan pengumpulan data kualitatif maupun kuantitatif untuk menyusun strategi yang tepat sasaran. Dalam konteks akun Instagram @rahasiagadis, riset dilakukan dengan cara memahami keresahan dan kebutuhan psikologis perempuan muda melalui interaksi seperti *polling story*, hasil *confession room*, dan pemantauan *insight* audiens.

Tahap kedua adalah *Action* (perencanaan dan strategi). Berdasarkan hasil riset, langkah selanjutnya adalah merancang strategi komunikasi yang mencakup penentuan tujuan komunikasi, pemilihan pesan utama, format

komunikasi, gaya bahasa, serta penjadwalan konten. *Action* juga meliputi perencanaan kolaborasi dengan mitra strategis seperti influencer, NGO, atau komunitas lain yang sejalan dengan misi. Pada akun @rahasiagadis, tahap *action* mencakup pemilihan tema konten yang relevan, pendekatan *storytelling*, keputusan penggunaan tone yang empatik dan penyusunan pesan non-doktrinal.

Tahap ketiga adalah *Communication* (pelaksanaan komunikasi), yakni proses penyampaian pesan kepada publik sasaran melalui media yang dipilih. Dalam tahap ini, pesan yang telah dirancang dalam tahap sebelumnya diwujudkan dalam bentuk konten, atau interaksi langsung. Komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai format, baik visual, teks, maupun audiovisual, tergantung pada platform dan karakteristik audiens. Pada akun @rahasiagadis, tahap ini terlihat dalam bentuk postingan *carousel*, *reels*, caption interaktif, sesi Q&A, hingga DM responsif yang dirancang untuk melibatkan audiens.

Tahap keempat adalah *Evaluation* (evaluasi). Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana strategi komunikasi yang telah dijalankan berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Evaluasi dapat dilakukan melalui pengukuran kuantitatif (jumlah likes, komentar, reach, share) maupun kualitatif (testimoni, perubahan persepsi, narasi DM).

Dalam perancangan konten akun @rahasiagadis, evaluasi dilakukan secara rutin dengan memantau *insight* Instagram, *feedback* dari pengikut, dan adaptasi konten berdasarkan performa unggahan. Selain itu, tim kreatif juga menggunakan pengalaman interaksi langsung untuk memahami dampak emosional dan psikologis.

Penelitian sebelumnya tentang pemberdayaan perempuan di media sosial Instagram berkaitan dengan persuasi budaya berkebayar untuk perempuan (Meifilina, 2021), peran feminisme dalam media sosial Instagram (Anindya, et.al, 2021), hak asasi perempuan dalam aspek hukum (Kania, 2015) dan peran lembaga swadaya masyarakat dalam pemberdayaan perempuan (Kristopel, 2019).

Kebaruan penelitian ini berkaitan dengan

eksistensi media sosial Instagram untuk komunitas perempuan dengan beragam isu terkini yakni kesehatan mental, kesetaraan gender, *toxic relationships* dan *body positivity*. Implementasi konsep *Uses and Gratifications* dan Model RACE digunakan untuk mendukung analisis peran dan strategi komunikasi akun @rahasiagadis dalam pemberdayaan perempuan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif untuk memahami peranan dan strategi komunikasi akun @rahasiagadis dalam diseminasi informasi pemberdayaan perempuan muda. Analisis data dilaksanakan terhadap aktivitas akun Instagram @rahasiagadis, data wawancara manajer akun Instagram @rahasiagadis dan data wawancara pengelola media sosial serta audiens. Waktu penelitian berlangsung selama bulan April- Juni 2025.

Pengumpulan data menerapkan teknik observasi non-partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi dan kepustakaan. *Key informan* adalah manajer akun Instagram @rahasiagadis dan pengelola media sosial. Penentuan *key Informan* dilakukan dengan menentukan kriteria informan yang mengetahui visi misi, perancangan pesan dan strategi komunikasi @rahasiagadis. Proses triangulasi data dilakukan dengan *check and re check* untuk meningkatkan kevalidan dan konsistensi temuan penelitian. Proses *check and re check* dilaksanakan dengan membandingkan hasil wawancara, hasil observasi dan data dokumentasi akun @rahasiagadis.

Analisis data dilaksanakan dengan tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pendekatan kualitatif menekankan pada proses analisis holistik dan pemaknaan isu yang terbentuk (Creswell, 2016). Proses reduksi data dilakukan dengan memilah, meringkas, dan menggolongkan data yang diperoleh terkait konten informasi akun @rahasiagadis. Penyajian data dilakukan dengan menguraikan narasi dengan struktur yang memudahkan peneliti menganalisis peranan dan strategi komunikasi

akun@rahasiagadis. Pendekatan kualitatif menjadi pedoman peneliti dalam menganalisis dan memaknai isu pemberdayaan perempuan di media sosial Rahasiagadis. Penarikan kesimpulan dalam penelitian merupakan proses akhir analisis data dan menguraikan temuan terkait peranan media sosial dan strategi komunikasi media sosial @rahasiagadis.

Hasil dan Pembahasan

Peneliti melakukan analisis terhadap konten Instagram @rahasiagadis berkaitan dengan peranan dan strategi komunikasi akun @rahasiagadis dalam pemberdayaan perempuan.

1. Peranan Akun @rahasiagadis dalam Pemberdayaan Perempuan

Berdasarkan hasil observasi konten dan wawancara mendalam dengan M (manajer media sosial @rahasiagadis) akun ini secara konsisten berperan dalam menciptakan ruang yang aman dan nyaman bagi perempuan muda di Indonesia. Visi dari akun ini bukan semata membagikan informasi, tetapi menciptakan hubungan emosional, validasi, dan motivasi transformasi personal.

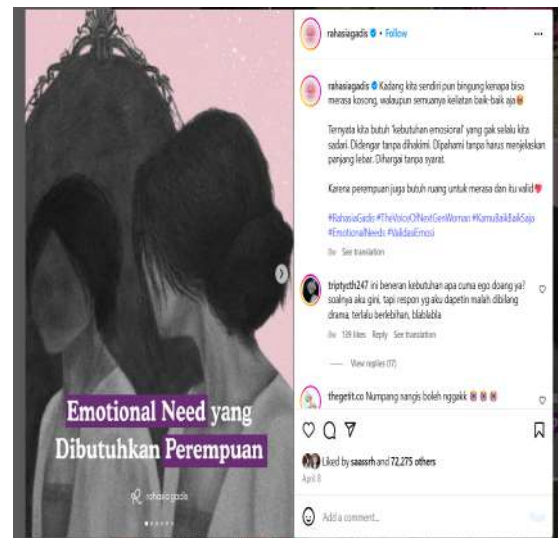
Manajer media menjelaskan bahwa motivasi awal terbentuknya akun ini berangkat dari keresahan yang cukup sederhana namun mendalam:

“Kami merasa banyak perempuan muda yang punya keresahan tapi nggak tahu harus cerita ke siapa. Akhirnya kami bikin akun ini buat jadi ruang aman tempat mereka bisa cerita, belajar, dan merasa nggak sendirian.”

Pendekatan ini kemudian berkembang dalam pembentukan komunitas digital yang solid dan berdaya. Akun @rahasiagadis menjalankan beberapa peranan, di antaranya: Pertama, sebagai media edukasi pemberdayaan. Konten yang disajikan menyentuh isu-isu penting seperti *toxic relationship*, kesehatan mental, *body positivity*, dan hak perempuan. Dengan pendekatan yang empatik, edukatif, dan tidak menggurui, informasi yang disampaikan menjadi mudah dicerna dan relevan.

“Kami hindari tone yang menghakimi atau terlalu ngajarin. Kata-kata yang kami pakai harus terasa seperti teman”. (wawancara M)

Contoh kalimat yang sering digunakan dalam konten mereka antara lain: "Kamu nggak sendirian", "Valid kok ngerasa kayak gitu", dan "Nggak apa-apa kalau belum siap."



Gambar 1. Konten edukatif dan inspiratif Emotional Need yang Dibutuhkan Perempuan (Sumber: Instagram @Rahasiagadis)

Penggunaan bahasa yang akrab dan hangat menjadikan caption dan visualisasi sebagai informasi dan pengingat. Menurut pengelola media, mereka menginginkan audiens merasa berdaya, dipahami dan memiliki tempat tumbuh bersama. Media sosial Rahasiagadis menjadi wadah interaksi sosial melalui fitur *confession room*, DM terbuka, hingga sesi *support group*.

Kedua, akun @rahasiagadis menjadi *trigger* perubahan sosial. Dampak konten yang dibagikan tidak hanya engagement digital. Dalam satu testimoni yang sangat membekas, manajer media mengungkapkan:

“Ada satu DM yang sampai sekarang masih kami inget. Seorang cewek cerita kalau dia bisa keluar dari hubungan yang abusive setelah bacakonten kami soal red flag dan batasan diri. Dia bilang itu konten yang ‘nyelamatin’ dia.”

Pengakuan ini menjadi bukti nyata bahwa akun @rahasiagadis menciptakan efek komunikasi partisipatif dan mendorong perubahan nyata dalam kehidupan pengikutnya.



Gambar 2. *Confession Room* Rahasiagadis.com
(sumber: Instagram @Rahasiagadis)

Ketiga, pembentukan jaringan sosial. Akun @rahasiagadis aktif dalam menjalin kolaborasi dengan pihak luar.

“Kami pernah kolaborasi dengan NGO, komunitas, sampai influencer buat webinar, kampanye edukasi, dan bahkan sesi support group,”
(Wawancara M, 2025)

Melalui strategi kolaboratif tersebut, tim pengelola media sosial memperluas jangkauan dan menguatkan posisinya sebagai agen perubahan sosial digital yang berkelanjutan dan berdampak. Dari hasil analisis terhadap konten yang dipublikasikan oleh akun Instagram @rahasiagadis, teridentifikasi dua jenis konten utama yang secara konsisten diangkat, yaitu konten yang bersifat edukatif dan konten yang memberikan dukungan terhadap nilai-nilai feminisme progresif. Gaya bahasa yang digunakan dalam caption maupun narasi visual cenderung bersifat afektif, empatik, dan mengandung unsur edukatif. Efek audio visual yang digunakan terdiri dari warna-warna lembut, karakter ilustratif dan merepresentasikan keberagaman. Animasi dan desain grafis disesuaikan dengan tema pemberdayaan. Menurut hasil wawancara

audiens :

Kontennya asyik, insight buat generasi Z yang sering ketemu yang toxic ...kami jadi tahan emosi bisa menghindari hal-hal toxic pertemanan . (wawancara Ri, 2025)

Respon dari audiens menunjukkan bahwa dampak edukasi dan diseminasi adalah perubahan perilaku perempuan dalam menghadapi *toxic relationship*. Selaras dengan teori *Uses and Gratifications*, pemenuhan kebutuhan informasi perempuan menjadi tujuan utama akun @rahasiagadis. Tim kreator berupaya merancang pesan dengan kedekatan emosional kepentingan kaum perempuan muda. Jumlah pengikut yang banyak, respon aktif audiens dan permintaan audiens tinggi menunjukkan siklus interaksi komunikasi sirkular.

2. Strategi Komunikasi Pengelola Akun @rahasiagadis

Strategi komunikasi yang dibangun oleh tim @rahasiagadis menunjukkan ciri khas komunikasi dua arah yang empatik dan berbasis komunitas. Akun ini tidak hanya menyampaikan informasi kepada audiens, tetapi aktif berdialog. Tim kreator media menyatakan:

“Kami usahakan tetap dekat. DM dan confession dibaca satu-satu, walaupun banyak banget. Kalau ada yang curhat, kamianggapi dengan empati.” (Wawancara Tim Kreator, 2025)

Sesuai dengan model *Research, Action, Communication dan Evaluation* (RACE) dapat diidentifikasi beberapa tahapan yang dilaksanakan pengelola akun @rahasiagadis. Tahap *Research* merupakan proses menggali data berdasarkan *engagement*, respon audiens, interaksi dengan audiens dan brainstorming ide konten. Berbasis data, Tim kreator @rahasiagadis menerapkan pendekatan komunikasi dua arah yang responsif. Tahap *Action*. tim kreator dan pengelola media berupaya merumuskan visi misi dan perancangan pesan secara komprehensif berdasar data di media digital. Perencanaan meliputi ide *storytelling*, desain *lay out* konten,

teknik audio visual, publikasi di lintas platform media digital dan interaksi dengan audiens. Tindakan komunikasi dimanfaatkan pengelola media melakukan perluasan kemitraan untuk jaringan sosial.

Tahap *Communication* dilakukan dengan perancangan pesan audio visual. Tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi konten secara efektif dilaksanakan secara sinergis dengan respon aktif terhadap opini dan *direct message*. Hubungan yang dibangun bukan hanya bersifat transaksional, melainkan relasional. Aktivitas membaca dan membalas opini secara langsung menunjukkan dedikasi terhadap gratifikasi interpersonal, yang menjadikan *followers* merasa dihargai dan didengar. Hal tersebut mencerminkan pendekatan "*listening culture*" yang jarang ditemukan dalam pengelolaan akun besar lainnya.

Penggunaan *insight dan feedback* secara berkelanjutan dilakukan oleh tim kreatif dengan evaluasi konten berbasis data.

"Kami cek insight Instagram, performa konten, waktu posting, dan demografi followers. Kadang juga bikin polling kecil di Story buat tahu apa yang mereka butuhkan. (wawancara pengelola media sosial, 2025)

Pendekatan ini mencerminkan sistem komunikasi berbasis analisis data sesuai trend dan kebutuhan pengguna. Penggunaan bahasa yang non-doktrinal dan inklusif dilakukan dengan pemilihan caption dan visualisasi yang tepat. Pemilihan bahasa yang ringan dan empatik menimbulkan kenyamanan interaksi teman sebaya dan egaliter. Pemeliharaan ruang virtual yang nyaman dilakukan pengelola media dengan aktif menjaga komentar dan diskusi agar tetap sehat.

"Kalau ada yang nyinyir atau toxic, kami take down. Kami juga rajin ngingetin followers buat saling jaga dan saling dukung," (Wawancara tim konten kreator, 2025)

Tahap Evaluation meliputi observasi dan analisis terhadap peningkatan jumlah pengikut,

engagement, respon audiens, jumlah pesan DM dan survei lanjutan kepada audiens. Praktik evaluasi ini menunjukkan tanggung jawab sosial dalam menciptakan atmosfer ruang digital mendukung komunikasi efektif.

Berdasarkan temuan tersebut, akun Instagram @rahasiagadis telah memanfaatkan platform digital sebagai media pemberdayaan perempuan, khususnya melalui strategi komunikasi media sosial. Akun ini mampu menekan dan mengangkat isu-isu kesetaraan gender melalui konten yang informatif, afektif, dan edukatif. Untuk menciptakan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan, pengelolaan akun masih perlu ditingkatkan, baik dari segi manajemen konten, perluasan jangkauan audiens, dan kualitas edukasi. Dampak yang diharapkan adalah meningkatnya pemikiran kritis terhadap isu pemberdayaan perempuan, motivasi transformasi dan perubahan perilaku perempuan muda.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan, Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Jayabaya, mitra pengelola akun Rahasiagadis, para narasumber dan semua penulis yang terlibat dalam penyelesaian penelitian.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik simpulan sebagai berikut: Pertama, media sosial Instagram Rahasiagadis memiliki peranan signifikan dalam edukasi informasi tentang pemberdayaan perempuan muda, mendorong perubahan perilaku dan pembentukan jaringan sosial. Akun ini tidak hanya menjadi tempat berbagi informasi, tetapi menjadi ruang ekspresi diri dan penguatan identitas. Kedua, Strategi komunikasi dilakukan melalui tahap eksplorasi data riset awal, perencanaan pesan media, tindakan komunikasi dalam publikasi konten akun@rahasiagadis dan evaluasi konten informasi akun @rahasiagadis. Strategi komunikasi mendukung pembentukan kesadaran, motivasi dan tindakan nyata dalam pemberdayaan perempuan.

Referensi

- Anindya, A., Hanana, A., & Elian, N. (2021). Upaya meningkatkan kesadaran gender kaum muda melalui pesan kesetaraan gender di media sosial Instagram. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 5(2). <https://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/view/148/67>
- Antaranews.com. (2025, January 4). Komnas: Lebih dari 35.000 laporan kekerasan terhadap perempuan selama 2024. <https://www.antaranews.com/berita/5049749/komnas-lebih-dari-35000-laporan-kekerasan-terhadap-perempuan-selama-2024>
- Badan Pemeriksa Keuangan (BPK). (2025). *Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. <https://peraturan.bpk.go.id/details/274494/uu-no-1-tahun-2024>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). *Jumlah penduduk menurut wilayah, klasifikasi generasi, dan jenis kelamin Indonesia*. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- Castells, M. 2000. *The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishers Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (Edisi 4). Pustaka Pelajar.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2000). *Effective public relations* (8th ed.). Prentice Hall.
- Fakih, Mansour, (2008). Analisis Gender dan Transformasi Sosial. Yogyakarta. INSIST Press.
- Indari, I., & Holilah, I. (2025). Peran feminisme dalam strategi komunikasi Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 3(2), 97–105. <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/TUTURAN/article/view/1669/1636>
- Khatimah, Najmah Sa'idah Husnul Khatimah. "Revisi Politik Perempuan (Bercermin pada Shahabiyah Ra)." *Jakarta: Idea Pustaka* (2003).
- Kania, D. (2015). Hak asasi perempuan dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, 12(4), 716–794. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/108887960/234685415-libre.pdf>
- Kristopel, H. (2019). *Peran non-governmental organization dalam pemberdayaan perempuan: Studi pada Suara Perempuan Desa Kota Batu*. Universitas Brawijaya Malang.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.
- McQuail, D. (2010). *Mass communication theory: An introduction*. Sage Publications.
- McQuail, D. (2012). *Teori komunikasi massa: Pemahaman dan penerapan*. Salemba Humanika.
- Meifilina, Andiwi. "Strategi Komunikasi Pada Komunitas Perempuan "Selaksabaya" Kabupaten Blitar dalam Memperkenalkan Kebaya di Aplikasi Tiktok." *Communicator Sphere* 1.2 (2021): 52-5 <https://communicatorsphere.org/index.php/communicatorsphere/article/view/13/22>
- NapoleonCat. (2025). Engage and support customers on social media. https://napoleoncat.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=worldwide_brand&utm_content=brand_exact_space&utm_term=napoleoncat%20com&gad_source=1&gad_campaignid=19404685650&gbraid=0AAAAADpk2l2ODZcbIFouFMcJHJykhELx6&gclid=EAIaIQobChMIjfp-hrC9kQMVS6JmAh0LgCHWEAAYAiAAEgKHHfD_BwE
- Tufte, T., & Mefalopulos, P. (2009). *Participatory communication: A practical guide* (Vol. 170). World Bank Publications.