

Konstruksi Desain Pesan Visual dalam Kampanye Kesetaraan Gender di Instagram: Analisis Visual akun @tenggarantt

Meylisa Yuliasuti Sahan^{1*}, Maria Florencia Yunita Bello², Aplonia Nelci Ke Lomi³

^{1,2,3}Universitas Katolik Widya Mandira

ABSTRAK

Kesetaraan gender masih menjadi tantangan di Nusa Tenggara Timur (NTT) sehingga media sosial dimanfaatkan sebagai salah satu ruang kampanye untuk membangun kesadaran publik melalui komunikasi visual. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana desain pesan visual pada akun Instagram @tenggarantt dikonstruksi serta bagaimana pesan kesetaraan gender direpresentasikan dalam konteks sosial-budaya NTT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis visual berbasis Visual Grammar dari Kress dan van Leeuwen serta teori representasi Stuart Hall. Data penelitian berupa lima unggahan visual Instagram yang dipilih secara purposif berdasarkan relevansinya dengan isu gender, feminisme, dan kritik sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @tenggarantt secara konsisten memanfaatkan elemen visual seperti ilustrasi, warna, simbol, dan komposisi untuk membangun narasi kesetaraan gender yang kritis dan kontekstual. Perempuan direpresentasikan sebagai subjek berdaya dan agen perubahan sosial, sementara relasi gender ditampilkan secara inklusif dan kolaboratif. Visual kampanye tidak bersifat netral, melainkan berfungsi sebagai praktik representasi yang mengonstruksi makna dan menantang nilai-nilai patriarkal yang dominan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, dapat berfungsi sebagai ruang edukasi digital yang aman dan efektif untuk meningkatkan literasi gender, terutama bagi remaja dan generasi muda di wilayah 3T.

Kata-kata Kunci: Kesetaraan gender; komunikasi visual; representasi; media sosial; Instagram

Construction of Visual Message Design in a Gender Equality Campaign on Instagram: a Visual Analysis of the @tenggarantt account

ABSTRACT

Gender equality remains a significant challenge in East Nusa Tenggara (NTT), prompting social media to be utilized as an alternative platform for raising public awareness through visual communication. This study aims to examine how visual message design is constructed on the Instagram account @tenggarantt and how gender equality is represented within the socio-cultural context of East Nusa Tenggara. The study employed a qualitative approach using visual analysis based on Kress and van Leeuwen's Visual Grammar framework and Stuart Hall's theory of representation. The data consisted of five Instagram posts selected through purposive sampling based on their relevance to issues of gender, feminism, and social criticism. The findings indicate that @tenggarantt consistently utilizes visual elements, including illustrations, colours, symbols, and composition, to construct critical and contextually relevant narratives of gender equality. Women are represented as empowered subjects and agents of social change, while gender relations are portrayed as inclusive and collaborative. The campaign visuals are not neutral; rather, they function as representational practices that construct meaning and challenge dominant patriarchal values. This study concludes that social media, particularly Instagram, can serve as a safe and effective digital educational space for promoting gender literacy, especially among adolescents and young people in Indonesia's disadvantaged, frontier, and outermost (3T) regions.

Keywords: Gender equality; visual communication; representation; social media; Instagram

*Korespondensi: Meylisa Yuliasuti Sahan, M.I..Kom. Universitas Katolik Widya Mandira.

Email: meylisasahan@unwira.ac.id/sahanmeylisa1596@gmail.com

PENDAHULUAN

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) sebagai salah satu wilayah yang masuk kategori daerah tertinggal, terdepan, dan terluar (3T) masih menghadapi berbagai persoalan ketimpangan gender yang kemudian berdampak pada kualitas hidup perempuan dan laki-laki. Berdasarkan laporan resmi Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Nusa Tenggara Timur, Indeks Ketimpangan Gender (IKG) Provinsi NTT pada tahun 2025 tercatat sebesar 0,402 atau berada pada tingkat yang sama dengan tahun sebelumnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa belum terjadi perubahan yang signifikan dalam tingkat ketimpangan gender di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Dengan kata lain, kesenjangan antara laki-laki dan perempuan pada berbagai dimensi penyusun IKG masih relatif stagnan (BPS, 2025). Selain itu, ketimpangan gender di Provinsi Nusa Tenggara Timur juga tampak dalam tingginya angka pernikahan anak, angka kekerasan berbasis gender yang mengkhawatirkan serta terbatasnya akses perempuan terhadap pendidikan dan informasi kesehatan reproduksi (Statistik, 2023). Masalah ini menunjukkan bahwa kondisi ketimpangan gender dapat terjadi karena konstruksi sosial dan budaya yang membentuk relasi antara perempuan dan laki-laki.

Kondisi ini diperparah oleh kuatnya budaya patriarki yang menempatkan laki-laki pada posisi yang dominan sehingga memiliki otoritas yang lebih besar. Akibatnya, tidak jarang kaum perempuan mendapatkan perlakuan yang tidak adil di masyarakat dalam berbagai bentuk (Apriliandra & Krisnani, 2021). Patriarki merupakan budaya turun temurun yang mengunggulkan laki-laki dan menyisihkan perempuan dalam banyak aspek kehidupan. Dalam prosesnya, patriarki mempengaruhi kehidupan sosial ekonomi suatu golongan, baik laki-laki maupun perempuan (Saefulloh, et al., 2023). Akibatnya, upaya penyadaran publik tentang kesetaraan gender di NTT seringkali menghadapi hambatan baik secara struktural maupun kultural.

Dalam situasi di mana akses terhadap media arus utama masih terbatas, media sosial muncul sebagai ruang alternatif yang dimanfaatkan anak muda untuk menyuarakan isu-isu sosial (Andini, 2025) termasuk kesetaraan gender dan kesehatan reproduksi. Teknologi membawa perubahan dan perkembangan yang signifikan. Sehingga lahirlah media sosial dan menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran budaya, norma dan etika (Rafiq, 2020). Media sosial telah muncul sebagai sarana komunikasi digital yang sangat efektif. Platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dengan cepat dan efisien. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi interaksi yang dinamis antara pelaku usaha dan konsumen. Kehadiran media sosial sebagai dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memang luar biasa. Dengan berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah mengubah cara berkomunikasi dalam masyarakat (Sari, 2022).

Salah satu platform media digital yang digunakan untuk memperluas jangkauan komunikasi adalah instagram yang menggabungkan berbagai bentuk komunikasi visual seperti foto, video pendek, infografis, teks maupun ilustrasi yang interaktif dan menjangkau berbagai kalangan dengan cepat (Saputra & Prathisara, 2025). Platform media sosial seperti instagram yang memiliki banyak fitur memiliki potensi yang kuat untuk mengkomunikasikan pesan kampanye. Ajril Fadli dan Hasan Sazali dalam penelitiannya berjudul *Peran Media Sosial Instagram @greenpeaceid sebagai Media Kampanye dalam Menjaga Lingkungan* menyatakan bahwa kampanye merupakan salah satu bentuk aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat baik secara pribadi maupun kelompok yang biasanya dilakukan dengan kelembagaan dan memiliki tujuan untuk memberikan dampak atau pengaruh yang sesuai (Fadli & Sazali, 2023). Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian berjudul *Pengaruh*

Kampanye Media Sosial Instagram terhadap Brand Awareness pada UMKM melalui Educative Content oleh Dian Ziena Audina dan Ratih Hasanah Sidrajat yang menyatakan bahwa adanya perkembangan teknologi dengan membuat *social media campaign* dapat meningkatkan atau membangun *brand awareness* karena suatu teknologi dapat memberikan peluang bagi suatu merek dapat lebih efektif dalam membangun dan memperkuat kesadaran merek di era digital yang semakin kompetitif (Audina & Sudrajat, 2024). Oleh karena itu, visualisasi pesan di media sosial dapat berpengaruh terhadap kesadaran publik dan membentuk cara pandang audiens. Konten visual memiliki kemampuan menciptakan ruang aman digital, membangun representasi baru serta dapat memicu kesadaran kritis audiens. Namun, membangun kepedulian akan sebuah isu bukanlah proses yang mudah. Hal ini membutuhkan strategi komunikasi yang konsisten, penggunaan konten yang relevan dan menarik, serta pemanfaatan penuh terhadap fitur-fitur yang disediakan oleh platform media sosial (Sulaiman, 2025). Kehadiran media sosial juga sebagai alat kampanye yang memberikan wadah bagi banyak kelompok untuk menyuarakan isu-isu penting (Purba, 2025).

Namun, visual dalam media sosial tidak dapat dianggap sebagai hal yang netral dalam kampanye media. Stuart Hall (1997) menjelaskan bahwa representasi merupakan proses produksi makna melalui bahasa. Dalam penelitian ini, media tidak hanya merefleksikan realitas sosial melainkan juga mengkonstruksi realitas melalui tanda atau simbol. Oleh karena itu, semua elemen yang terkandung dalam unggahan di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap juga merupakan bagian dari proses pembentukan makna itu sendiri (Hall, 1997).

Oleh karena itu sejumlah besar organisasi dengan berbagai latar belakang isu beralih ke platform digital untuk mengampanyekan program dan pemikiran mereka. Salah satu komunitas yang secara aktif memanfaatkan instagram sebagai platform kampanye adalah @tenggarantt. Akun komunitas yang berbasis di Nusa Tenggara Timur ini secara konsisten mengangkat isu kesetaraan gender dan kesehatan reproduksi lewat berbagai konten visual. Berbeda dengan kampanye digital lainnya yang menggunakan pendekatan umum, akun komunitas @tenggarantt menggunakan gaya visual khas lokal seperti motif tenun, simbol budaya dan bahasa sehari-hari yang dekat dengan audiensnya. Strategi pengelolaan isu seperti ini sejalan dengan konsep *glocalization* yaitu pengemasan isu global dalam hal ini kesetaraan gender dengan pendekatan yang lebih mudah diterima oleh masyarakat (Windari, 2019).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial banyak dimanfaatkan sebagai wadah kampanye media sosial. Christanti dan Kartika mengkaji kampanye Du Anyam melalui perspektif femvertising dan multimodal discourse analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perpaduan unsur visual dan verbal mampu membangun narasi pemberdayaan perempuan sekaligus menentang stereotip gender dalam komunikasi pemasaran (Christanto, 2025). Sementara itu, Khoirunnisaa dan Septiana Harti menggunakan kerangka Visual Grammar Kress dan van Leeuwen untuk menganalisis makna representasional, interaksional, dan komposisional pada iklan produk kecantikan di Instagram. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa unsur visual dan verbal saling melengkapi dalam membangun daya tarik serta makna iklan digital (Khoirunnisaa, 2023). Di sisi lain, Ramadhan, Zelfia, dan Idris mengkaji konstruksi identitas visual pada konten Instagram @Mahardhikakita dan menunjukkan bahwa penggunaan simbol, warna, ilustrasi, serta teks berperan dalam membangun identitas komunitas sekaligus menyampaikan pesan advokasi kepada audiens (Ramadhan, 2023). Meskipun ketiga penelitian di atas menempatkan visual

sebagai objek analisis, namun hanya berfokus pada konteks komunikasi pemasaran atau konstruksi identitas komunitas. Kajian khusus yang menganalisis bagaimana sebuah desain pesan visual membangun representasi gender terutama pada komunitas lokal di wilayah 3T seperti NTT masih terbatas. Padahal, dalam konteks masyarakat dengan latar budaya yang kuat seperti NTT, visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai medium representasi nilai, identitas, dan ideologi. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak menganalisis unsur verbal atau efektivitas kampanye, sementara pembacaan terhadap bagaimana elemen-elemen visual membangun makna melalui struktur representasi, interaksi, dan komposisi masih belum banyak dilakukan. Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka Visual Grammar Kress dan van Leeuwen untuk menganalisis konstruksi desain pesan visual, kemudian menginterpretasikan makna representasi kesetaraan gender melalui teori representasi Stuart Hall. Kombinasi kedua perspektif tersebut memungkinkan penelitian ini tidak hanya menjelaskan apa yang direpresentasikan dalam konten visual, tetapi juga bagaimana representasi tersebut dibangun melalui desain pesan visual yang memanfaatkan konteks budaya lokal Nusa Tenggara Timur. Dengan demikian, representasi memiliki tempat yang cukup krusial dalam studi budaya (Sholichah, Putri, & Setiaji, 2023). Sementara itu, kerangka Visual Grammar dari Kress dan van Leeuwen menyediakan perangkat analitis untuk mengurai bagaimana makna tersebut dibangun secara visual melalui struktur representasi, interaksi, dan komposisi (Yuting Xie, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi desain pesan visual dalam kampanye kesetaraan gender pada akun Instagram @tenggarantt melalui kerangka Visual Grammar Kress dan van Leeuwen serta menginterpretasikan representasi kesetaraan gender yang dibangun melalui desain visual tersebut menggunakan teori representasi Stuart Hall.

METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis yang memandang bawah realitas sosial tidak bersifat tunggal melainkan hasil dari konstruksi makna yang berdasarkan pada pengalaman, interaksi, konteks budaya, dan individu (Creswell, 2018). Sehingga, dalam konteks penelitian ini unggahan postingan di akun media sosial instagram @tenggarantt dapat dipahami sebagai bentuk representasi untuk membangun makan kesetaraan gender. Sementara itu, pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mendeskripsikan secara sistematis karakteristik elemen visual apa saja yang terdapat dalam unggahan di instagaram tersebut, serta menjelaskan bagaimana elemen tersebut membangun representasi mengenai kesetaraan gender dalam konteks sosial budaya Nusa Tenggara Timur.

Penelitian ini berbasis teks visual yang berfokus pada konten visual dalam hal ini postingan instagram di akun @tenggarantt sebagai objek utama analisis. Gilian Rose dalam bukunya yang berjudul *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials* menjelaskan bahwa jenis penelitian visual menjadikan materi visual sebagai objek kajian untuk memahami bagaimana gambar menghasilkan makna dalam konteks sosial dan budaya (Rose, 2016). Berdasarkan konsep ini maka seluruh data penelitian diperoleh dari konten yang diunggah pada akun instagram @tenggarantt. Data penelitian berupa unggahan visual yang terdiri atas ilustrasi, foto, tipografi, warna, tata letak, simbol, logo, ikon, komposisi visual, serta unsur verbal yang terdapat dalam setiap unggahan. Fokus

utama penelitian terletak pada pembacaan dan penafsiran konten visual (Hamzah & Syarief, 2018) sebagai sistem tanda yang membangun makna kesetaraan gender dalam konteks sosial-budaya tertentu.

Objek penelitian ini adalah postingan akun instagram komunitas @tenggarantt yang secara aktif mengangkat isu kesetaraan gender dan kesehatan reproduksi melalui kampanye di media sosialnya. Dari keseluruhan unggahan dalam periode tersebut, data diseleksi menggunakan teknik purposive sampling. Teknik Purposive sampling adalah suatu teknik penentuan dan pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan dalam teknik purposive sampling ini bisa beragam dan bergantung pada kebutuhan dari penelitian yang akan dilakukan (Maharani & Bernard, 2018).

Pada penelitian ini, teknik pengambilan data ini digunakan untuk menemukan postingan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian yang meliputi kriteria inklusi dalam pemilihan data meliputi: (1) postingan yang memuat isu kesetaraan gender atau kesehatan reproduksi; (2) postingan yang menempatkan elemen visual sebagai medium utama penyampaian pesan; dan (3) visual yang merepresentasikan konteks lokal, baik melalui simbol, gaya visual, maupun narasi visual. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi digital dengan cara mengarsipkan postingan visual yang telah terpilih. Setiap postingan disimpan dan dicatat berdasarkan tanggal unggahan, tema isu, serta karakteristik visual utama. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Subhaktiyasa, 2024). Teknik ini juga memungkinkan peneliti mengakses data secara berulang dan melakukan analisis mendalam tanpa mengubah atau memengaruhi konten asli. Berdasarkan kriteria di atas, maka peneliti menetapkan lima postingan yang diunggah pada akun instagram @tenggarantt yang dipublikasikan pada tanggal 25 Novemver 2024, 25 Februari 2025, 27 Februari 2025, 20 Mei 2025 dan 11 Juni 2025. Walaupun postingan satu dan lainnya memiliki jarak waktu, hal ini tidak berpengaruh pada isi penelitian karena sesuai setiap unggah ini dianggap mampu untuk merepresentasikan fenomena yang akan dikaji.

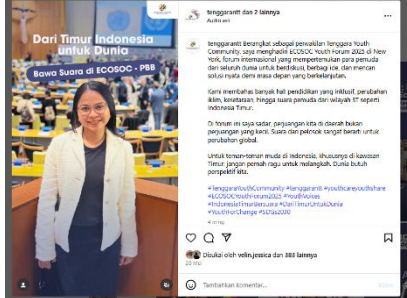
Analisis data menggunakan kerangka Visual Grammar yang dikembangkan oleh Kress dan van Leeuwen (Leeuwen, 2021) secara bertahap dimulai dengan identifikasi dan klasifikasi unggahan yang memenuhi kriteria penelitian. Lalu, melakukan klasifikasi elemen-elemen visual yang terdapat dalam tiap unggahan seperti gambar, warna, tulisan, simbol, logo, tata letak, ilustrasi dan unsur lainnya yang mendukung penyampaian pesan. Terakhir adalah tahap analisis pada postingan yang dijadikan sebagai objek penelitian berdasarkan tiga dimensi utama visual yaitu *representational meaning* (jenis gambar, tokoh, aktivitas), *interactive meaning* (tatapan, jarak, sudut pandang) dan *compositional meaning* (penempatan objek, warna, simbol). Selanjutnya, hasil analisis ini akan diinterpretasikan menggunakan teori representasi Stuart Hall untuk menjelaskan bagaimana makna mengenai kesetaraan gender dikonstruksi dan direpresentasikan di instagram @tenggarantt melalui postingannya serta mengaitkan temuan analisis visual dan representasi dengan konteks sosial-budaya di Nusa Tenggara Timur.

HASIL PENELITIAN

Analisis terhadap lima postingan visual di akun instagram @tenggarantt menunjukkan adanya pola desain pesan yang konsisten dan sistematis dalam menyampaikan isu kesetaraan gender di konteks sosial budaya Nusa Tenggara Timur.

Kress dan van Leeuwen tidak secara eksplisit mengurutkan satu persatu langkah analisis menggunakan teorinya, tetapi mereka mengelaborasi dengan rincian poin-poin penting yang harus diperhatikan ketika melakukan analisis teks visual menggunakan konsep *reading images* (Hermawan, 2016). Pada tingkat dimensi representasi, visual perempuan dan kelompok marginal ditampilkan sebagai aktor utama dan aktif serta dominan yang memiliki kapasitas kesadaran untuk bersuara. Penelitian ini mencoba untuk menggali informasi untuk mendapatkan data dan fakta yang benar serta valid melalui metode observasi dan studi dokumen. Penelitian ini berfokus pada konstruksi desain pesan visual dalam kampanye kesetaraan gender yang dilakukan oleh akun instagram @tenggarantt. Tim peneliti telah melakukan observasi dengan mengumpulkan lima postingan pada akun instagram ini dan membuat klasifikasi dan identifikasi isu dalam tiap postingan. Temuan hasil observasi pada akun instagram @tenggarantt sebagai berikut :

Tabel 1. Observasi dan Identifikasi Postingan Instagram @tenggarantt

No	Postingan Instagram	Keterangan
1		Perempuan sebagai simbol perlawanan terhadap patriarki melalui metafora buah tangerine dan ekspresi visual yang percaya diri. Narasi ini menekankan bahwa resistensi tidak selalu hadir dalam bentuk konfrontatif, tetapi juga melalui pilihan personal yang tenang namun bermakna
2		Menggambarkan perempuan muda dari NTT di panggung internasional, visual ini menegaskan bahwa suara dari daerah pinggiran memiliki legitimasi yang setara dengan suara dari pusat kekuasaan global. Ini merupakan bentuk pembalikan struktur representasi dalam media, di mana perempuan dari wilayah 3T sering kali hanya ditampilkan sebagai korban, bukan pelaku perubahan.
3		Representasi penting dalam membongkai ulang konsep cinta dan hubungan antar gender dalam perspektif feminis. Dalam kampanye ini, feminisme tidak ditampilkan sebagai ideologi yang bertentangan dengan relasi cinta, tetapi justru menjadi kerangka penting untuk membangun relasi yang sehat, setara, dan tanpa kekerasan. Visual dengan pasangan muda yang berdampingan, penuh warna cerah, dan elemen simbolik seperti hati, menegaskan bahwa relasi setara adalah sesuatu yang dapat dirayakan, bukan dihindari.
4		Visual kawat berduri yang mengelilingi dua tokoh muda merepresentasikan bagaimana kebijakan sosial seperti Danantara menciptakan tekanan psikologis dan membatasi ruang gerak anak muda, khususnya terkait tubuh dan seksualitas. Simbol tersebut menunjukkan bahwa aturan yang kaku dan mengontrol justru mengekang kebebasan personal dan menimbulkan rasa tidak aman bagi generasi muda.

5		Simbol kekerasan struktural seperti garis polisi dan bayangan tubuh untuk menyoroti kasus femisida yang seringkali diredam oleh sistem hukum dan sosial. Visual ini menegaskan bahwa kekerasan terhadap perempuan bukan hanya masalah individu, tetapi bagian dari persoalan sistemik yang membutuhkan kesadaran dan aksi kolektif.
---	---	--

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Sebagai penelitian berbasis teks visual, data utama dalam penelitian ini dianalisis dan disusun berdasarkan elemen visual yang membangun makna kampanye. Temuan ini akan menyajikan ringkasan pembacaan terhadap lima konten visual yang terpilih dalam bentuk tabel untuk merangkum elemen visual grammar yang dominan, bentuk representasi gender serta makna kontekstual yang dikonstruksi melalui masing-masing konten visual.

Tabel 2. Analisis Visual 5 Konten Instagram @tenggarantt

No	Judul Postingan	Elemen Visual Grammar	Representasi Gender	Makna Kontekstual
1	"When Life Gives You Tangerines"	Demand image, warna oranye, ilustrasi perempuan	Perempuan sebagai simbol perlawanan	Simbol resistensi terhadap patriarki dan stereotif perempuan
2	"Dari Timur Indonesia untuk Dunia"	Offer image, posisi dominan, latar foto global (PBB)	Perempuan sebagai pemimpin muda	Narasi pengakuan suara perempuan daerah di forum global
3	"Pacaran dan Feminisme"	Ilustrasi sejajar, warna kontras jingga-biru	Relasi gender setara	Pendidikan hubungan tanpa dominasi dalam perspektif feminisme
4	"Danantara"	Raster efek dan kawat berduri	Pemuda sebagai korban kebijakan	Kritik terhadap kontrol sosial dan seksualitas
5	"Femisida : Kasus ASN"	Police line, warna keras, bayangan tubuh	Perempuan sebagai korban sistemik	Ajakan kolektif untuk melawan femisida dan kekerasan berbasis gender

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Ringkasan dalam tabel ini menunjukkan bahwa meskipun tema yang diangkat bervariasi namun desain pesan visual pada akun instagram @tenggarantt menampilkan narasi yang konsisten tentang kesetaraan gender melalui representasi subjek yang berdaya, relasi visual yang setara serta simbol resistensi terhadap struktur patriarki. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @tenggarantt memanfaatkan visual sebagai medium utama untuk membangun wacana gender yang kritis dan reflektif. Kelima konten yang dianalisis menampilkan pola visual yang relatif konsisten, baik dari segi gaya ilustrasi, pemilihan warna, maupun simbol-simbol yang digunakan. Visual tidak sekadar berfungsi sebagai pelengkap teks, melainkan menjadi sumber makna utama yang mengarahkan audiens pada pembacaan tertentu terhadap isu gender. Konsistensi ini memperlihatkan adanya kesadaran desain dalam menyampaikan pesan sosial melalui bahasa visual yang mudah dikenali oleh pengikut akun tersebut. Dari sisi representasi, hasil analisis menunjukkan bahwa perempuan digambarkan sebagai subjek utama dalam sebagian besar konten.

Pada unggahan berjudul *When Life Gives You Tangerines*, penggambaran perempuan ditampilkan sebagai tokoh utama dengan ekspresi yang tegas dan posisi visual yang dominan.

Warna oranye yang digunakan memberikan kesan energi, optimisme, serta keberanian dalam menyampaikan gagasan. Dalam konteks kampanye kesetaraan gender, warna tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga menjadi simbol semangat perempuan untuk keluar dari konstruksi patriarki yang selama ini membatasi ruang gerak. Penempatan figur perempuan pada bagian utama visual dengan tatapan yang mengarah kepada audiens (*demand image*) membangun hubungan interpersonal yang kuat sehingga audiens tidak hanya menjadi pengamat, tetapi juga diajak untuk terlibat dalam pesan yang disampaikan. Posisi perempuan dalam postingan ini merepresentasikan perempuan bukan sebagai objek yang pasif, melainkan sebagai subjek yang memiliki kesadaran, keberanian, dan kapasitas untuk menyuarakan pengalaman serta menantang stereotip gender yang berkembang di masyarakat. Sejalan dengan pandangan Stuart Hall, representasi tersebut menunjukkan bahwa media tidak sekadar mencerminkan realitas, tetapi turut membangun makna mengenai perempuan sebagai agen perubahan melalui penggunaan tanda dan simbol visual.

Sementara itu, pada konten berjudul *Dari Timur Indonesia untuk Dunia* terjadi pergeseran representasi perempuan dari simbol perlawanan menjadi figur pemimpin yang mampu hadir di ruang publik dan global. Perempuan dalam postingan ini digambarkan berada dalam latar yang merujuk pada ruang sidang Perserikatan Bangsa-Bangsa dengan posisi tubuh tegak dan menghadap ke depan. Latar tersebut membangun makna bahwa perempuan dari wilayah Timur Indonesia memiliki legitimasi yang sama untuk menyampaikan gagasan pada ruang-ruang strategis tingkat internasional. Nilai yang dibangun melalui visual ini adalah pengakuan terhadap kapasitas perempuan sebagai agen perubahan sekaligus upaya mendobrak stereotip bahwa perempuan dari wilayah 3T hanya diposisikan sebagai kelompok yang termarginalkan. Dengan demikian, desain visual tidak hanya merepresentasikan keberhasilan individu, tetapi juga membangun optimisme bahwa identitas lokal bukan merupakan penghalang untuk berpartisipasi dalam ruang global. Dalam perspektif Hall, visual tersebut mengonstruksi makna baru mengenai identitas perempuan NTT sebagai subjek yang memiliki otoritas, kompetensi, dan kemampuan untuk berkontribusi dalam percakapan global.

Postingan *Pacaran dan Feminisme* menampilkan relasi gender yang setara melalui dua figur yang ditempatkan sejajar tanpa adanya dominasi visual salah satu pihak. Visual perempuan dan laki-laki ditampilkan dengan proporsi yang seimbang sehingga tidak menunjukkan adanya relasi kuasa yang timpang. Penggunaan warna biru dan jingga yang saling melengkapi memperkuat makna keseimbangan antara kedua tokoh, sehingga feminisme dalam visual ini tidak dikonstruksikan sebagai bentuk perlawanan terhadap laki-laki, melainkan sebagai nilai yang mendorong terciptanya relasi yang sehat, adil, dan bebas dari kekerasan. Nilai yang ingin dibangun melalui elemen visual tersebut adalah bahwa hubungan romantis dapat berlangsung secara harmonis ketika kedua belah pihak memiliki posisi yang setara dalam mengambil keputusan maupun menyampaikan pendapat. Melalui representasi tersebut, akun @tenggarantt berupaya membangun pemahaman bahwa kesetaraan gender bukan hanya berkaitan dengan hak perempuan di ruang publik, tetapi juga diwujudkan dalam relasi interpersonal sehari-hari.

Sementara itu, pada unggahan *Danantara*, representasi bergeser ke arah figur pemuda yang digambarkan sebagai korban kebijakan dan kontrol sosial. Elemen visual berupa efek raster dan kawat berduri memperkuat kesan keterungkungan dan tekanan struktural. Kawat berduri merupakan simbol pembatas yang secara visual merepresentasikan adanya

kontrol terhadap ruang gerak individu, sedangkan efek raster menciptakan kesan tidak stabil dan penuh tekanan sehingga memperkuat narasi mengenai kecemasan sosial yang dialami generasi muda. Walaupun tidak secara eksplisit menampilkan perempuan sebagai subjek utama, konten ini tetap berkaitan dengan isu gender karena mengangkat persoalan mengenai kontrol terhadap tubuh, pilihan hidup, dan seksualitas yang sering kali dipengaruhi oleh norma sosial maupun kebijakan tertentu. Nilai yang dibangun melalui visual ini adalah pentingnya kebebasan individu dalam menentukan pilihan hidup tanpa tekanan maupun stigma sosial. Dalam kerangka representasi Stuart Hall, penggunaan simbol-simbol tersebut membentuk pemaknaan bahwa kontrol terhadap tubuh dan seksualitas merupakan bagian dari persoalan sosial yang lebih luas, bukan sekadar pengalaman personal.

Terakhir, pada konten *Femisida: Kasus ASN*, perempuan kembali direpresentasikan sebagai korban kekerasan yang terjadi akibat ketimpangan relasi kuasa dalam masyarakat. Penggunaan elemen *police line* secara langsung mengarahkan audiens pada konteks kriminalitas dan penegakan hukum, sementara bayangan tubuh menghadirkan kesan anonim yang menunjukkan bahwa korban dapat berasal dari siapa saja. Kombinasi warna gelap dengan kontras tinggi membangun suasana duka, ancaman, dan urgensi sehingga memperkuat pesan bahwa femisida bukan sekadar tragedi individual, tetapi merupakan persoalan sosial yang membutuhkan perhatian bersama. Nilai utama yang dikonstruksikan melalui elemen visual tersebut adalah pentingnya kesadaran kolektif untuk menolak segala bentuk kekerasan berbasis gender serta mendorong perlindungan terhadap hak-hak perempuan. Representasi yang dibangun dalam konten ini memperlihatkan bagaimana media sosial digunakan untuk menggeser cara pandang audiens dari pemahaman bahwa kekerasan terhadap perempuan merupakan persoalan privat menjadi persoalan publik yang berakar pada struktur sosial dan relasi kuasa yang tidak setara, sebagaimana dijelaskan Hall bahwa representasi berperan dalam membentuk cara masyarakat memahami realitas sosial.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten Instagram @tenggarantt secara konsisten memanfaatkan bahasa visual untuk merepresentasikan isu gender dengan pendekatan kritis. Visual digunakan sebagai alat komunikasi utama untuk membangun makna, menampilkan perempuan sebagai subjek berdaya, serta mengkritik struktur sosial yang timpang. Temuan-temuan ini menjadi dasar empiris untuk pembahasan lebih lanjut mengenai konstruksi makna, ideologi, dan kontribusi visual dalam wacana gender di media sosial.

PEMBAHASAN

Bagian pembahasan ini mengelaborasi temuan penelitian dengan mengaitkannya dengan teori representasi Stuart Hall serta kerangka Visual Grammar yang dikembangkan oleh Kress dan van Leeuwen. Analisis dilakukan untuk memahami bagaimana desain pesan visual dalam kampanye kesetaraan gender pada akun Instagram @tenggarantt. Hall dalam perspektifnya menyatakan bahwa media tidak hanya merefleksikan realitas tetapi berperan aktif dalam mengonstruksi realitas melalui sistem representasi yang dibentuk oleh tanda, Bahasa, dan praktik budaya (Hall, 1997). Sementara itu, Kress dan van Leeuwen memandang visual memiliki tata bahasa tersendiri sehingga setiap elemen visual berkontribusi untuk menghasilkan makna (Leeuwen, 2021). Oleh karena itu, lima postingan yang diunggah pada akun Instagram @tenggarantt tidak bersifat netral karena memiliki ideologi perspektif gender. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @tenggarantt secara konsisten memberikan ruang bagi perempuan untuk tampil sebagai tokoh yang aktif dan

dapat membawa perubahan sosial dengan kesempatan mengambil keputusan dan menyamapikan gagasan. Perempuan dijadikan sebagai tokoh utama dalam komposisi visual, penggunaan ekspresi yang percaya diri serta ilustrasi yang menonjolkan kapasitas perempuan.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Stuart Hall yang menjelaskan bahwa representasi merupakan proses produksi makna melalui sistem tanda sehingga media memiliki kemampuan untuk membentuk cara masyarakat memahami identitas, relasi sosial, dan posisi suatu kelompok dalam kehidupan sosial (Hall, 1997). Dalam konteks ini, visual kampanye @tenggarantt tidak hanya menggambarkan persoalan ketimpangan gender di Nusa Tenggara Timur, tetapi juga menghadirkan representasi alternatif mengenai perempuan sebagai individu yang memiliki agensi dan kapasitas untuk melakukan perubahan sosial. Temuan dalam penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Christanti dan Kartika yang menunjukkan bahwa perpaduan elemen visual dan verbal dalam kampanye digital mampu membangun narasi pemberdayaan sekaligus menantang stereotip gender yang selama ini berkembang dalam Masyarakat (Christanto, 2025). Unggahan pada media sosial @tenggarantt juga menggunakan strategi visual yang estetik dan sarat makna ideologis untuk mengadvokasi kesetaraan gender. Usaha representasi perempuan yang berdaya dan anak muda Indonesia Timur sebagai bentuk resistensi terhadap budaya patriarkal tampil dalam visual pada unggahan di akun instagram ini.

Jika ditinjau menggunakan dimensi representasi dalam Visual Grammar, tokoh perempuan dalam postingan di akun Instagram @tenggarantt jika ditinjau melalui dimensi representasi dalam Visual Grammar, figur perempuan dalam visual kampanye lebih sering ditampilkan sedang melakukan tindakan, mengekspresikan sikap, atau menempati posisi dominan dalam komposisi visual. Menurut Kress dan van Leeuwen (2021), aspek representasi berkaitan dengan bagaimana aktor, tindakan, dan hubungan antarelemen visual disusun untuk menghasilkan makna tertentu (Leeuwen, 2021). Oleh karena itu, keputusan desain yang menempatkan perempuan sebagai pusat perhatian visual bukan sekadar pertimbangan estetika, melainkan strategi komunikasi yang bertujuan membangun narasi mengenai keberdayaan perempuan. Posisi perempuan tidak lagi menjadi objek penderita melainkan sebagai aktor sosial. Hal ini karena kampanye kesetaraan gender di media sosial masih menunjukkan kecenderungan merepresentasikan perempuan sebagai korban melalui visual yang menonjolkan kerentanan dan pasif. Representasi tersebut berpotensi memperkuat stereotip bahwa perempuan hanya menjadi objek simpati, bukan subjek yang memiliki kemampuan untuk melawan atau mengubah situasi (Putri, 2025). Oleh karena itu, penelitian dengan pendekatan visual seperti ini lebih memberdayakan perempuan sebagai individu.

Pada dimensi interaksi, analisis berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @tenggarantt menggunakan strategi visual yang membangun kedekatan simbolik antara subjek dengan audiensnya. Elemen multimodal seperti sudut kamera, gestur, ekspresi, teks dan audio bekerja secara simultan membangun makna sosial mengenai gender dan berkontribusi terhadap pembentukan kesadaran publik mengenai kesetaraan gender (Fadillah, 2026). Maka, penggunaan sudut pandang frontal dan jarak sosial menengah menciptakan relasi simbolik yang setara antara visual dan audiens. Dalam kerangka teori representasi (Hall, 1997), strategi ini dapat dipahami sebagai upaya mengarahkan audiens pada posisi pembacaan dominan-negosiasi. Pesan kesetaraan gender

diposisikan sebagai realitas sosial yang dekat dengan pengalaman keseharian audiens. Pendekatan ini menjadi signifikan dalam konteks masyarakat dengan struktur budaya yang kuat, karena memungkinkan pesan diterima tanpa memicu resistensi budaya yang berlebihan sehingga dapat dipahami sebagai bentuk ajakan kepada audiens untuk terlibat dalam makna yang sedang dibangun dan mempersempit jarak sosial. Dengan demikian, desain visual @tenggarantt berusaha mengurangi jarak antara isu sehingga tetap dekat dengan konteks di Nusa Tenggara Timur yang menghadapi tantangan struktural seperti kemiskinan, budaya patriarki yang kuat, dan akses pendidikan yang terbatas, yang secara langsung memengaruhi kesadaran dan posisi tawar perempuan serta anak muda. Artinya, desain visual bukan sekadar estetika tetapi strategi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi audiens (Riyanti, 2026). Kondisi ini menjadikan upaya edukasi dan advokasi melalui media sosial, seperti yang dilakukan @tenggarantt, sangat penting untuk membuka ruang informasi, refleksi, dan pemberdayaan di tengah keterbatasan sistemik tersebut. Isu-isu lokal seperti pernikahan dini dan femisida diangkat secara kritis oleh @tenggarantt melalui visual yang menggugah dan narasi yang reflektif, menjadikannya tidak hanya sebagai informasi, tetapi juga sebagai ajakan untuk berpikir dan bertindak. Dengan menyorot persoalan nyata yang dialami perempuan di NTT, kampanye ini memperkuat kesadaran kolektif dan mendorong diskusi publik yang lebih terbuka terhadap praktik-praktik budaya yang merugikan perempuan. Kress dan van Leeuwen (2021) menjelaskan bahwa posisi, ukuran, dan penekanan visual menentukan bagaimana suatu elemen dibaca dan diberikan makna. Narasi visual yang dibangun @tenggarantt berhasil menciptakan koneksi emosional dengan audiens NTT melalui penggunaan simbol, tokoh, dan konteks budaya yang akrab. Representasi yang dekat dengan realitas sehari-hari membuat pesan kampanye terasa personal, membangkitkan empati, dan mendorong keterlibatan emosional yang mendalam terhadap isu-isu yang diangkat. Budaya lokal yang dikemas melalui elemen visual menghasilkan makna yang dapat dipahami oleh audiens global (Afdol, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa konteks budaya lokal memiliki peran penting dalam proses produksi dan sirkulasi makna kampanye digital.

Penggunaan warna dalam lima konten yang diteliti dari akun Instagram @tenggarantt juga menunjukkan adanya konsistensi identitas visual berupa warna, tulisan dan tata letak berfungsi sebagai sistem tanda yang memperkuat identitas visual kampanye. Warna-warna seperti jingga dan oranye dalam beberapa postingan memberikan kesan penuh energi, keberanian dan optimisme. Di sisi lain, penggunaan warna kontras tinggi yang lebih cerah dan terang pada konten dengan isu kekerasan memberikan kesan urgensi dan mendesak. Dalam proses komunikasi visual, warna memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan lebih cepat dibandingkan teks. Penggunaan warna yang tepat tidak hanya memperindah tampilan visual, tetapi juga memperkuat makna yang ingin ditanamkan kepada audiens (Munthe et al., 2025). Pemilihan warna palet secara konsisten mampu memperkuat suasana narasi dan membangun resonansi emosional. Warna hangat digunakan untuk menghadirkan kedekatan emosional sedangkan warna dingin mengekspresikan kesepian dan konflik batin (Dinata, 2026). Hal ini karena warna merupakan bahasa visual (*visual language*) yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Warna tidak hanya memperindah, tetapi juga membantu membangun makna, memperkuat identitas pesan dan mempengaruhi respon psikologis audiens (Muljosumarto, 2018). Penempatan elemen utama di pusat visual serta penggunaan warna kontras menunjukkan upaya menegaskan isu kesetaraan gender sebagai pesan utama, bukan pesan

pendukung. Strategi ini memperkuat daya ingat visual sekaligus memperjelas posisi ideologis kampanye.

Selain aspek estetika, penggunaan simbol-simbol lokal menjadi salah satu karakteristik penting dalam desain pesan visual @tenggarantt. Penggunaan elemen yang dekat dengan identitas masyarakat NTT menunjukkan adanya proses adaptasi isu global kesetaraan gender ke dalam konteks budaya lokal. Strategi tersebut dapat dipahami melalui konsep glocalisasi (*glocalization*), yaitu proses ketika gagasan atau isu global dikemas kembali melalui simbol, bahasa, dan pengalaman lokal agar lebih mudah diterima oleh masyarakat tertentu (Roudometof, 2016) dan menekankan pada interaksi antara kekuatan global dan praktik lokal, bukan dominasi salah satunya. Dalam perspektif teori representasi Stuart Hall, visual kampanye @tenggarantt dapat dibaca sebagai arena negosiasi makna antara nilai kesetaraan gender dan struktur patriarki yang masih dominan. Pendekatan berbasis pada konteks lokal menjadi penting karena isu gender selalu berkaitan dengan di mana budaya, norma sosial dan pengalaman masyarakat dibentuk. Di wilayah seperti Nusa Tenggara Timur, persoalan kesetaraan gender tidak dapat dilepaskan dari berbagai tantangan sosial seperti pernikahan anak, kekerasan berbasis gender (Kogoya, 2022), keterbatasan akses pendidikan, dan konstruksi budaya patriarki (Ayu, 2025). Kampanye ini tidak sepenuhnya menolak budaya lokal, tetapi merekonstruksi makna kesetaraan gender melalui simbol dan narasi visual yang masih berada dalam kerangka budaya setempat. Pendekatan ini kembali memberikan ruang bagi komunitas ini melalui akun instagramnya @tenggarantt untuk melakukan negosiasi dengan memperkenalkan ide tanpa memutus relasinya dengan nilai lokal yang ada. Kesetaraan gender tidak disampaikan melalui bahasa yang sepenuhnya universal tetapi diterjemahkan melalui pendekatan visual yang dekat dengan pengalaman komunitas lokal NTT ini.

Namun demikian, representasi visual dalam kampanye digital tidak selalu menghasilkan pemaknaan yang sama bagi seluruh audiens. Beberapa visual menggunakan simbol membutuhkan literasi visual dan pemahaman isu gender yang lebih mendalam. Sebagaimana dijelaskan Hall (1997), makna dalam proses representasi selalu bersifat terbuka dan dapat mengalami proses negosiasi maupun perbedaan interpretasi berdasarkan latar sosial, budaya, dan pengalaman audiens. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye kesetaraan gender di media sosial selalu berada dalam ruang makna, di mana pesan yang diproduksi oleh pembuat konten dapat diterima, dinegosiasikan maupun dipedebatkan oleh audiens.

Maka secara keseluruhan, dengan memadukan Visual Grammar Kress dan van Leeuwen serta konsep representasi Stuart Hall isual dalam kampanye ini berfungsi untuk membangun narasi alternatif mengenai perempuan, kelompok marginal, dan masyarakat Nusa Tenggara Timur. Oleh karena itu, komunitas lokal seperti Tenggara NTT melalui akun instagramnya @tenggarantt memiliki potensi sebagai ruang negosiasi nilai-nilai kesetaraan gender.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa desain pesan visual pada akun Instagram @tenggarantt dikonstruksi melalui penggunaan elemen visual berupa representasi subjek, interaksi visual serta komposisi yang konsisten untuk membangun makna kesetaraan gender di lingkup Nusa Tenggara Timur. Melalui perspektif Visual Grammar Kress dan van Leeuwen, penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan dalam konten @tenggarantt lebih banyak direpresentasikan sebagai subjek aktif yang memiliki suara, agensi, dan kemampuan untuk melakukan perubahan, bukan hanya sebagai kelompok yang mengalami ketimpangan. Sementara melalui teori representasi Stuart Hall, temuan penelitian memperlihatkan bahwa visual kampanye tidak sekadar merefleksikan realitas sosial, tetapi turut memproduksi makna baru mengenai posisi perempuan, relasi gender, dan identitas masyarakat di Nusa Tenggara Timur. Penelitian ini memperlihatkan bahwa kampanye digital berbasis komunitas tidak hanya bergantung pada penyampaian pesan verbal, tetapi juga pada strategi visual yang memanfaatkan simbol, warna, komposisi, dan konteks budaya lokal untuk membangun kedekatan makna dengan audiens. Melalui pemanfaatan desain pesan yang komunikatif, simbol visual yang bermakna, serta narasi yang berakar pada budaya lokal, kampanye di akun Instagram @tenggarantt mampu merepresentasikan perempuan sebagai subjek berdaya dan agen perubahan sosial. Visual yang ditampilkan tidak bersifat netral, melainkan bekerja sebagai praktik representasi yang secara aktif mengonstruksi makna kesetaraan gender dan menantang struktur patriarki yang dominan. Dengan demikian, media sosial terbukti tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang aman.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang hanya menganalisis konstruksi pesan visual dari satu akun Instagram saja, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek kajian dengan membandingkan strategi visual antarwilayah untuk memperkaya pemahaman mengenai dinamika representasi gender di ruang digital. Selain itu, pengembangan riset dengan melibatkan respons audiens secara lebih mendalam, seperti analisis komentar atau interaksi pengguna, dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai proses pemaknaan dan efektivitas kampanye visual dalam mendorong perubahan sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua teman dosen peneliti Miss Nita Bello dan Miss Loni Lomy serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pengelola akun Instagram @tenggarantt yang telah memberikan akses terhadap data penelitian, serta kepada rekan-rekan akademisi dan mahasiswa yang turut memberikan masukan kritis selama proses penelitian dan penulisan artikel ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Universitas Katolik Widya Mandira tempat penulis bernaung atas dukungan akademik yang memungkinkan penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Terakhir, terima kasih kepada Jurnal *Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* Universitas Nusa Cendana atas kesempatan untuk mempublikasikan penelitian ini.

REFERENSI

- Afdol, M. (2025). REPRESENTASI BUDAYA LOKAL SAMPANG UNTUK AUDIENS GLOBAL: ANALISIS PROMOSI LINTAS BUDAYA DI INSTAGRAM SAMPANG KREATIF. *Jurnal Media Akademik (JMA)*.
- Andini, L. A. (2025). Media Sosial sebagai Ruang Digital Activism Generasi Muda Dalam Memperjuangkan Isu Lingkungan. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. Retrieved from <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/4937>
- Andini, W., Fitriani, D., & Purba, L. K. (2023). Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah : Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*.
- Apriliandra, S., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU DISKRIMINATIF PADA PEREMPUAN AKIBAT KUATNYA BUDAYA PATRIARKI DI INDONESIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF KONFLIK. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*.
- Audina, D. Z., & Sudrajat, R. H. (2024). Pengaruh Kampanye Media Sosial Instagram terhadap Brand Awaranness pada UMKM melalui Educative Content. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 686-697.
- Aulia, M. F., & Atmami, H. (2023). SKEMA PERANCANGAN MEDIA VISUAL KAMPANYE (IDEOLOGICAL) BAGI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *DESKOVI : Art and Design Journal*.
- Ayu, R. (2025). Gender Inequality in Education in Nagekeo Regency, East Nusa Tenggara. *Iapa Proceedings Conference*, (pp. 1-9). IAPA.
- BPS. (2025). *Indeks Ketimpangan Gender 2025 Provinsi Nusa Tenggara Timur*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur: <https://ntt.bps.go.id/id/pressrelease/2026/05/05/1504/indeks-ketimpangan-gender--ikg--provinsi-nusa-tenggara-timur-tahun-2025-tercatat-sebesar-0-402-atau-berada-pada-level-yang-sama-dengan-tahun-sebelumnya.html>
- Christanto, Y. M. (2025). Femvertising Discourse: Empowering Women through Content Analysis in Du Anyam's Instagram Marketing Campaign. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 1-15.
- Creswell, J. W. (2018). *Fifth Edition Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Collage Publishing.
- Dinata, J. (2026). Analisis Narasi Visual dan Palet Warna dalam Webtoon Eggnoid sebagai Media Pembentuk Emosi Pembaca. *Jurnal Vicidi*.
- Fadillah, W. J. (2026). Representasi Gender dalam Media Sosial TikTok: Kajian Semiotika Visual Sosial Theo van Leeuwen dan Gunther Kress. *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*.
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023, March 14). Peran Media Sosial Instagram @greenpeaceid sebagai Media Kampanye dalam Menjaga Lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 209-222.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hamzah, A., & Syarief, A. (2018). Analisis Kualitatif Tampilan Visual Pada Situs E-Learning. *Journal of Visual Art and Design*.
- Hermawan, B. (2016). MULTIMODALITY: MENAFSIR VERBAL, MEMBACA GAMBAR, DAN MEMAHAMI TEKS. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*.

- Khoirunnisaa, S. S. (2023). A Multimodal Discourse Analysis of Indonesian Beauty Product Advertisement Featuring Korean Celebrity on Instagram Post. *Language Horizon: Journal of Language Studies*, 14-23.
- Kogoya, R. (2022). THE ROLE OF YOUNG PEOPLE IN REALIZING GENDER EQUALITY IN THE MIDST OF STRONG PATRIARCHAL CULTURE IN NTT AND PAPUA. *Jurnal Asia Pasific Studies*.
- Leeuwen, G. K. (2021). *Reading Images : The Grammar of Visual Design Third Edition*. Routledge.
- Liliweri, Y. K., Mandaru, S. S., & Daga, L. L. (2020). Strategi Perancangan Komunikasi Visual Promosi Karya Seni Ukur Kayu Motif Khas Timor . *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* .
- Maharani, S., & Bernard, M. (2018). ANALISIS HUBUNGAN RESILIENSI MATEMATIK TERHADAP KEMAMPUAN PEMECAHAN MASALAH SISWA PADA MATERI LINGKARAN. *Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif* .
- Muljosumarto, C. (2018). A Case Study Color as a Visual Language: Focused on TV Commercial. *Jurnal Desain Komunika Visual Nirmana*.
- Munthe, A. R., Nur Hidayati, A., Hsb, P. S., & Dalimunthe, F. e. (2025). Psikologi Warna Dalam Desain Grafis Implikasi Terhadap Persepsi Audiens. *INSIGHT JOURNAL*.
- Purba, S. A. (2025). Respon Audiens Digital Terhadap Konten Edukasi Lingkungan Di Instagram Pada Akun @Pandawaragroup. *Jurnal Al-Qolamuna : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.
- Putri, A. S. (2025). Agency visualization: Empowering sexual violence survivors (A feminist study of visual rhetoric). *PEKOMAS*.
- Rafiq, A. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Ramadhan, M. A. (2023). Kongsruksi Identitas Visual Pada Konten Bermuatan Pro LGBT Di Media Sosial Instagram @Mahardhikakita. *RESPON Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 31-40.
- Riyanti, D. S. (2026). Pengaruh Desain Visual pada Media Sosial Instagram terhadap Ketertarikan Audiens: Studi Kasus Pada Akun @NarasiNewsroom. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi* (pp. 59-66). HUBISINTEK.
- Rose, G. (2016). *Fourth Edition Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. Sage Publications.
- Roudometof, V. (2016). Theorizing Glocalization: Three Interpretations. *European Journal of Social Theory*.
- Saefulloh, F., Suryana, H. Y., Nisari, N., Setiawan, A., Pamungkas, K. B., & Wijayakusuma, F. R. (2023). Pengaruh Budaya Patriarki Terhadap Orientasi Karier Perempuan. *MANIFESTO : Jurnal Gagasan Komunikasi, Politik dan Budaya*.
- Saputra, R. C., & Prathisara, G. (2025). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Di Era Digital Pada Akun Instagram @thriftworld_store. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*.
- Sari, A. C. (2022). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL. *Universitas Muslim Indonesia*.
- Sholichah, I. M., Putri, D. M., & Setiaji, A. F. (2023). Representasi Budaya Banyuwangi Dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. *EDUCATION : Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* .

- Statistik, B. P. (2023). *Indeks Ketimpangan Gender 2023*. Badan Pusat Statistik. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/0bacaaa1ae5c68f20b501d51/ind-eks-ketimpangan-gender-2023.html>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* .
- Sulaiman, F. G. (2025). Analisis Strategi Content Marketing Media Sosial Instagram untuk Membangun Brand Awareness di @campaign.id. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*.
- Windari, R. (2019). Penanggulangan Eksploitasi Seksual Komersial Anak (ESKA) Berdasarkan Global -. *SOUMATERA LAW REVIEW*.
- Yuting Xie, M. A. (2022). An Overview of Stuart Hall's Encoding and Decoding Theory with Film Communication. *Multicultural Education*.