

MENUNGSA DAN BAHASA SOLIDARITAS: NARASI KOLEKTIF DAN REPOSISI MASKULINITAS DI ERA *DIGITAL*

Agi Reza¹, Dyah Kristyowati², Jordy satria Widodo³

¹²³Program Studi Sastra Inggris, Universitas Pakuan, Jl. Pakuan, RT. 02/RW. 06, Tegallega, Kota Bogor, Indonesia, 16129

*Korespondensi: agireza9@gmail.com

Received: 27 05 2026 – Revised: 29 07 2026 - Accepted: 04 08 2026 - Published: 05 08 2026

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun Instagram @menungsa.id menggunakan bahasa solidaritas dalam membangun narasi kolektif dan mereposisi makna maskulinitas di era digital. Data penelitian diperoleh dari caption Instagram @menungsa.id yang dikumpulkan selama satu tahun, tepatnya Juni 2024 hingga Juni 2025. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan dukungan humaniora digital yang memanfaatkan perangkat lunak AntConc untuk mengidentifikasi pola leksikal, frekuensi kata, serta strategi naratif yang muncul dalam teks. Landasan teoretis yang digunakan adalah konsep *intersectionality*, yang memungkinkan pemahaman terhadap maskulinitas sebagai konstruksi sosial yang sifatnya berlapis dan terus dinegosiasikan melalui berbagai faktor sosial, termasuk gender, budaya, dan pengalaman kolektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kata-kata seperti “laki”, “ruang”, “aman”, “mental”, “mengobrol”, serta pronomina kolektif “kita” dan “kami” membentuk praktik bahasa yang inklusif, empatik, dan suportif. Penggunaan bahasa ini secara aktif membangun solidaritas emosional dengan menghadirkan pengalaman laki-laki sebagai pengalaman bersama, bukan sebagai pengalaman individual semata. Selain itu, narasi reflektif dalam caption Instagram @menungsa.id juga secara konsisten menantang konstruksi maskulinitas tradisional yang menuntut laki-laki untuk selalu kuat, dominan, dan menekan emosinya. Dengan demikian, akun Instagram @menungsa.id berperan sebagai ruang digital yang aktif mereposisi maskulinitas menjadi lebih terbuka, reflektif, dan inklusif melalui praktik bahasa yang menekankan kebersamaan dan dukungan kolektif.

Kata kunci: @menungsa.id, bahasa solidaritas, narasi kolektif, maskulinitas, humaniora digital.

Pendahuluan

Identitas sosial individu tidak terbentuk secara tunggal, melainkan melalui persilangan berbagai faktor sosial seperti gender, budaya, kelas, dan pengalaman sosial lainnya. Perspektif ini dijelaskan melalui konsep *intersectionality* yang diperkenalkan oleh Crenshaw (1989). Menurut Crenshaw, pengalaman sosial seseorang dibentuk oleh interaksi dari berbagai struktur kekuasaan yang saling beririsan. Pendekatan ini menghadirkan pemahaman yang lebih kompleks terhadap maskulinitas sebagai konstruksi sosial yang tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh norma budaya, praktik sosial, serta dinamika media dan komunikasi. Dengan demikian, maskulinitas tidak hanya berkaitan dengan identitas laki-laki secara biologis, tetapi juga bagaimana identitas tersebut dibentuk melalui relasi sosial, bahasa, dan representasi budaya dalam masyarakat.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, media sosial menjadi ruang penting dalam membentuk dan menegosiasikan konstruksi gender, termasuk maskulinitas. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana interaksi, tetapi juga sebagai wadah produksi makna sosial, perilaku, dan standar mengenai bagaimana laki-laki dibentuk dan direproduksi (Gorisha, 2025). Dalam konteks ini, media sosial menghadirkan representasi maskulinitas baru yang menekankan pembagian peran yang adil, dukungan terhadap perempuan, komunikasi yang setara, serta penolakan terhadap kekerasan berbasis gender (Kumalasari et al., 2025).

Di sisi lain, ruang digital masih memperlihatkan kuatnya tekanan norma maskulinitas yang kaku. Laki-laki masih dituntut untuk tampil tangguh, menekan ekspresi emosional, dan menghindari perilaku yang dianggap feminin (Nainggolan et al., 2025). Di media sosial, tekanan tersebut terlihat dalam reproduksi *toxic masculinity* melalui stereotip gender, agresi verbal, objektifikasi, dominasi, dan penolakan terhadap perilaku feminin (Gorisha, 2025). Selain itu, narasi seperti “lelaki tidak bercerita” menunjukkan bahwa maskulinitas

hegemonik terus membentuk laki-laki untuk menyembunyikan kerentanan emosionalnya (Nainggolan et al., 2025).

Perubahan makna maskulinitas di Indonesia juga tampak melalui munculnya gerakan dan representasi laki-laki pro-feminis yang mendorong relasi gender yang lebih egaliter. Keterlibatan laki-laki dalam gerakan kesetaraan gender berperan penting dalam mentransformasi nilai maskulinitas menuju relasi yang lebih adil (Haza et al., 2025). Tidak hanya itu, media sosial turut menghadirkan figur laki-laki yang sensitif, empatik, tidak dominan, dan terbuka pada pembagian peran sosial yang lebih setara (Simaibang & Bajari, 2021). Namun demikian, kajian mengenai maskulinitas di ruang digital masih lebih banyak berfokus pada aspek gerakan sosial, representasi, atau perilaku, sehingga analisis mengenai bagaimana maskulinitas dibentuk melalui praktik bahasa, narasi kolektif, dan solidaritas antar laki-laki masih perlu diperdalam.

Salah satu contoh fenomena tersebut dapat dilihat melalui akun Instagram @menungsa.id, yang menghadirkan ruang diskusi mengenai pengalaman menjadi laki-laki melalui narasi empati, refleksi diri, serta dukungan kolektif dalam komunitas digital. Terkait hal tersebut, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang representasi, tetapi juga sebagai arena diskursif tempat laki-laki membangun cara pandang baru terhadap identitas, emosi, dan relasi sosialnya. Narasi semacam ini menunjukkan bahwa media sosial dapat berperan dalam membentuk solidaritas emosional antar laki-laki sekaligus mereposisi makna maskulinitas di era digital.

Penelitian sebelumnya telah mengkaji fenomena maskulinitas dalam berbagai konteks. Kajian oleh Haza et al. (2025) menunjukkan bahwa keterlibatan laki-laki dalam gerakan kesetaraan gender di Indonesia, khususnya melalui Aliansi Laki-Laki Baru, berperan penting dalam mendorong transformasi nilai maskulinitas menuju relasi yang lebih egaliter. Sejalan dengan itu, Larasati (2025) menegaskan bahwa gerakan laki-laki pro-feminis tidak hanya berfungsi sebagai bentuk advokasi sosial, tetapi juga sebagai upaya membangun identitas “laki-laki baru” yang berorientasi pada nilai keadilan dan kesetaraan. Selain itu, penelitian lain menyoroti bagaimana maskulinitas dikonstruksikan dalam media budaya, seperti dalam lirik lagu Jawa populer, yang memperlihatkan adanya negosiasi antara ekspresi emosional laki-laki dan tuntutan norma maskulinitas yang menekankan ketegaran (Febrindasari et al., 2025). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa maskulinitas bukanlah konsep yang tunggal dan statis, melainkan bersifat dinamis dan dapat dinegosiasikan dalam berbagai konteks sosial dan budaya. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek gerakan sosial, representasi budaya, atau pengalaman individu, sehingga kajian yang secara khusus menganalisis bagaimana maskulinitas dibentuk melalui praktik bahasa serta bagaimana narasi kolektif dan solidaritas antar laki-laki berkembang di ruang digital masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana bahasa sebagai praktik sosial berperan dalam membentuk dan mereposisi maskulinitas, khususnya dalam konteks media digital.

Untuk menjawab keterbatasan tersebut, penelitian ini menggunakan perspektif *intersectionality* yang diperkenalkan oleh Crenshaw (1989) untuk memahami bagaimana bahasa dalam media digital membentuk wacana maskulinitas yang kompleks dan berlapis. Perspektif ini digunakan untuk melihat bahwa praktik bahasa tidak terlepas dari persilangan berbagai faktor sosial, seperti gender, budaya, dan pengalaman sosial, dalam membentuk identitas laki-laki. Penelitian ini menggunakan analisis wacana tekstual terhadap caption Instagram @menungsa.id dengan fokus pada makna linguistik dan naratif sebagai representasi maskulinitas. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana praktik bahasa dalam konten @menungsa.id merepresentasikan pengalaman laki-laki, membangun narasi kolektif, serta membentuk solidaritas antar laki-laki di ruang digital.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam bagaimana bahasa digunakan dalam membentuk wacana maskulinitas di media digital (Creswell & Creswell, 2018). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji makna, pola, dan representasi yang muncul dalam data secara kontekstual. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan terhadap caption Instagram sebagai teks yang merepresentasikan pengalaman, relasi sosial, dan identitas maskulinitas di ruang digital. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan perspektif *digital humanities* sebagaimana dikemukakan oleh Burdick et al. (2012), yang menekankan penggunaan teknologi digital dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data berbasis teks.

Penelitian ini menggunakan perspektif *intersectionality* yang diperkenalkan oleh Crenshaw (1989) untuk memahami bahwa konstruksi maskulinitas tidak berdiri secara tunggal, melainkan terbentuk melalui persilangan berbagai identitas sosial, seperti gender, pengalaman emosional, dan posisi sosial individu dalam masyarakat. Melalui perspektif ini, penelitian menganalisis bagaimana bahasa dalam media digital merepresentasikan pengalaman maskulinitas yang beragam, khususnya dalam kaitannya dengan ekspresi emosional, relasi sosial, dan praktik komunikasi yang bersifat kolektif.

Data penelitian berupa caption Instagram dari akun @menungsa.id yang diunggah dalam rentang waktu Juni 2024 hingga Juni 2025, dengan fokus pada unggahan yang berkaitan dengan isu maskulinitas baru, kesehatan mental laki-laki, dan solidaritas emosional. Untuk mendukung analisis teks, penelitian ini menggunakan perangkat lunak AntConc guna mengidentifikasi pola linguistik, frekuensi kata, serta kecenderungan penggunaan leksikon tertentu dalam narasi caption.

Proses penelitian mengacu pada *structured methodological framework* dari Creswell (2014), yang meliputi tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis, serta interpretasi hasil. Tahap awal dilakukan dengan mengumpulkan dan menyeleksi data secara manual untuk memastikan relevansinya dengan fokus penelitian. Setelah itu, data diolah menggunakan AntConc untuk menemukan pola-pola kebahasaan yang dominan. Temuan linguistik tersebut kemudian dianalisis lebih lanjut melalui analisis tematik dan analisis naratif kolektif untuk memahami bagaimana pengalaman individual direpresentasikan sebagai pengalaman bersama, serta bagaimana praktik bahasa dalam media sosial berperan dalam membangun dan mereposisi makna maskulinitas di ruang digital.

Hasil dan Pembahasan

Bahasa Solidaritas dalam Ruang Diskursif Digital

Dalam rangka memahami bagaimana @menungsa.id membangun wacana maskulinitas melalui praktik bahasa, analisis leksikal dilakukan terhadap keseluruhan caption Instagram akun tersebut menggunakan perangkat lunak AntConc. Hasil analisis menghasilkan total 4.516 *word tokens* dengan 1.220 *word types*. Dari hasil tersebut, terdapat sejumlah kata dominan yang secara semantik relevan dengan tema maskulinitas, solidaritas, dan kesehatan mental sebagaimana yang ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kata Dominan dalam Caption Instagram @menungsa.id

No.	Kata	Frekuensi
1.	Laki	148
2.	Ruang	55
3.	Kita	49
4.	Kami	44
5.	mensmentalhealth	38
6.	aman	37
7.	mental	37
8.	mengobrol	34
9.	kesehatan	28
10.	Kesehatanmentallaki-laki	28
11.	mendukung	27
12.	kamu	23

Sumber: Hasil analisis Antconc 3.5.9, Word Types: 1220, Word Tokens: 4516

Distribusi leksikal yang ditampilkan tidak bersifat acak, melainkan mencerminkan strategi bahasa yang digunakan @menungsa.id secara konsisten untuk membentuk ruang diskursif digital yang inklusif dan empatik (Burdick et al., 2012). Kata “laki” menempati posisi teratas dengan frekuensi 148 kali, ini menunjukkan bahwa identitas gender maskulin menjadi fokus utama wacana yang dibangun oleh akun ini. Namun demikian, kemunculan kata tersebut tidak diikuti oleh leksikon dominasi atau superioritas, melainkan

berdampingan dengan kata-kata seperti “aman” (37 kali), “mendukung” (27 kali), dan “mengobrol” (34 kali). Pola ini mengindikasikan bahwa @menungsa.id secara aktif mereposisi identitas laki-laki jauh dari konstruksi maskulinitas hegemonik yang menekankan kekuatan dan pengendalian emosi (Connell, 1995; Barker, 2004), menuju praktik bahasa yang lebih reflektif dan suportif.

Pola linguistik yang paling signifikan adalah penggunaan pronomina kolektif “kita” (49 kali) dan “kami” (44 kali). Kedua pronomina ini bekerja secara berbeda namun saling melengkapi dalam membangun solidaritas. Penggunaan kata “kita” berfungsi untuk menarik pembaca masuk ke dalam narasi sebagai bagian dari komunitas yang setara, sehingga pengalaman emosional laki-laki, termasuk kerentanan dan kebutuhan akan dukungan, dihadirkan sebagai pengalaman bersama, bukan kelemahan individu. Kata “kami” digunakan untuk memposisikan @menungsa.id sebagai penyedia ruang yang suportif dan terpercaya bagi laki-laki dalam menegosiasikan pengalaman emosional mereka. Kombinasi dua kata ini menciptakan keseimbangan antara kedekatan emosional dan kredibilitas akun yang memperkuat rasa komunitas di antara audiens.

Kemunculan kata “ruang” (55 kali) dan “aman” (37 kali) juga mencerminkan pola diskursif untuk mengonstruksi @menungsa.id sebagai ruang aman bagi laki-laki dalam mengekspresikan pengalaman emosional mereka tanpa dibatasi oleh stigma. Pola ini diperkuat oleh dominasi tagar #mentalhealth (38 kali) dan kata “kesehatan” (28 kali) serta “kesehatanmentallaki-laki” (28 kali). Kata-kata ini menunjukkan bahwa isu kesehatan mental laki-laki bukan hanya sekedar tema sampingan, melainkan agenda utama yang secara eksplisit diintegrasikan ke dalam wacana maskulinitas akun ini. Hal ini sejalan dengan konsep *caring masculinity* (Elliot, 2016) yang menegaskan bahwa identitas maskulin dapat diwujudkan melalui empati dan keterbukaan emosional, bukan semata-mata melalui dominasi.

Dengan demikian, bahasa yang digunakan dalam caption @menungsa.id berfungsi sebagai alat pembentukan solidaritas yang bekerja pada dua tingkatan sekaligus, yaitu tingkatan linguistik melalui pilihan leksikon dan pronomina inklusif, serta tingkatan naratif melalui konstruksi pengalaman bersama yang menormalisasikan kerentanan emosional. Hal ini memperkuat temuan Haza et al. (2025) dan Larasati (2025) yang menunjukkan bahwa ruang digital berperan penting dalam mendorong transformasi nilai maskulinitas menuju relasi yang lebih egaliter dan empatik.

Negosiasi Identitas Melalui Perspektif Interseksionalitas

Temuan analisis terhadap caption Instagram @menungsa.id menunjukkan bahwa identitas maskulin yang dikonstruksikan dalam ruang digital tidak terbentuk secara tunggal, melainkan hasil persilangan berbagai faktor sosial yang saling beririsan. Perspektif *intersectionality* yang dikemukakan oleh Crenshaw (1989) menjadi kerangka yang relevan untuk memahami kompleksitas ini. Perspektif ini memungkinkan pembacaan terhadap maskulinitas sebagai konstruksi sosial yang terus dinegosiasikan melalui interaksi antara gender, pengalaman emosional, latar belakang budaya, dan posisi sosial individu dalam masyarakat. Pandangan ini sejalan dengan temuan Scarcelli dan Farci (2024) yang menunjukkan bahwa platform media sosial berbasis visual seperti Instagram telah berkembang menjadi ruang diskursif penting bagi individu untuk menegosiasikan norma dan ekspektasi gender, termasuk dalam pembentukan identitas maskulin yang lebih beragam.

Dalam Instagram @menungsa.id, negosiasi identitas tersebut terlihat melalui bagaimana akun ini menghadirkan pengalaman laki-laki sebagai sesuatu yang beragam. Narasi dalam caption tidak membangun satu bentuk maskulinitas yang harus diikuti, melainkan membuka ruang bagi berbagai ekspresi maskulin yang berbeda, mulai dari laki-laki yang sedang berjuang dengan kesehatan mentalnya, hingga laki-laki yang ingin belajar menjadi lebih terbuka secara emosional. Keberagaman pengalaman ini dihadirkan secara berdampingan tanpa hierarki, yang mencerminkan prinsip interseksionalitas bahwa tidak ada satu pengalaman maskulinitas yang lebih valid dari yang lain (Crenshaw, 1989).

Pola ini juga terlihat dari kemunculan kata “kamu” (23 kali) dalam korpus data, yang menunjukkan bahwa @menungsa.id tidak hanya berbicara tentang laki-laki secara abstrak, tetapi secara langsung menyapa individu dengan latar belakang pengalaman yang berbeda-beda. Kata “kamu” ini berfungsi untuk mengakui keunikan pengalaman masing-masing individu sekaligus menegaskan bahwa pengalaman tersebut tetap merupakan bagian dari narasi kolektif yang lebih besar. Dengan kata lain, @menungsa.id dapat menyeimbangkan antara pengakuan terhadap keragaman pengalaman individual dan pembangunan identitas kolektif sebagai komunitas laki-laki yang saling mendukung, sebuah dinamika yang oleh Caldwell dan Fisher (2025) disebut sebagai proses pembentukan identitas digital yang terjadi melalui interaksi antara pengalaman personal dan norma komunitas dalam ruang online.

Dalam kerangka interseksionalitas, proses negosiasi identitas ini juga berkaitan erat dengan bagaimana @menungsa.id memosisikan maskulinitas dengan isu kesehatan mental. Kemunculan kata “mental” (37 kali) dan tagar mensmentalhealth (38 kali) menunjukkan bahwa akun ini secara konsisten menghubungkan identitas maskulin dengan aspek psikologis dan emosional, sebuah persilangan yang selama ini justru ditekan oleh norma maskulinitas tradisional. Dengan menghadirkan kesehatan mental sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari pengalaman menjadi laki-laki, @menungsa.id secara tidak langsung menantang konstruksi maskulinitas hegemonik yang memisahkan kekuatan dari identitas laki-laki (Connell, 1995). Proses inilah yang dalam perspektif interseksionalitas disebut sebagai negosiasi identitas, yaitu upaya aktif untuk mendefinisikan ulang makna menjadi laki-laki melalui persilangan berbagai pengalaman sosial yang sebelumnya dianggap saling bertentangan.

Dengan demikian, @menungsa.id tidak sekadar hadir sebagai platform berbagi cerita, tetapi berfungsi sebagai ruang negosiasi identitas yang memungkinkan laki-laki dari berbagai latar belakang pengalaman untuk secara bersama-sama mendefinisikan ulang makna maskulinitas yang lebih inklusif, reflektif, dan manusiawi. Hal ini sejalan dengan temuan Haza et al. (2025) yang menegaskan bahwa transformasi nilai maskulinitas di Indonesia semakin banyak terjadi melalui keterlibatan kolektif dalam ruang-ruang diskursif digital.

Reposisi Maskulinitas: Dari Hegemonik ke Inklusif

Berdasarkan temuan di atas, dapat dipahami bahwa praktik bahasa dalam caption @menungsa.id tidak hanya berfungsi untuk membangun solidaritas atau menegosiasikan identitas, tetapi juga secara aktif menjalankan proses reposisi makna maskulinitas dari konstruksi hegemonik yang selama ini dominan menuju bentuk identitas maskulin yang lebih inklusif, reflektif, dan terbuka secara emosional. Reposisi ini tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan berlangsung melalui akumulasi narasi yang konsisten dalam ruang digital (Ellison, 2021).

Konstruksi maskulinitas hegemonik secara historis menempatkan laki-laki dalam posisi yang harus selalu tampak kuat, mandiri, dan tidak rentan secara emosional (Connell, 1995). Norma ini tidak hanya membatasi ekspresi laki-laki, tetapi juga menciptakan tekanan sistemik yang mendorong laki-laki untuk menyembunyikan beban emosional mereka. Dalam konteks Indonesia, tekanan semacam ini termanifestasi dalam narasi budaya “laki-laki tidak bercerita” yang telah lama mengakar dalam interaksi sosial (Nainggolan et al., 2025). Narasi tersebut menjadikan keterbukaan emosional sebagai sesuatu yang tabu, bahkan dianggap sebagai tanda kelemahan yang bertentangan dengan citra maskulin ideal.

@menungsa.id hadir untuk menentang narasi tersebut. Melalui penggunaan bahasa yang secara konsisten membahas keterbukaan, kerentanan, dan dukungan kolektif, akun ini secara perlahan menggeser batas normatif tentang apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh seorang laki-laki dalam ruang publik digital. Kata “mendukung” yang muncul sebanyak 27 kali dalam korpus data, mencerminkan orientasi akun ini yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga relasional dengan mengajak laki-laki untuk hadir bagi satu sama lain sebagai bentuk praktik maskulinitas yang baru. Hal ini selaras dengan konsep *caring masculinity* yang dikemukakan Elliot (2016), ia menegaskan bahwa maskulinitas yang sehat justru ditandai oleh kemampuan untuk peduli, mendukung, dan terhubung secara emosional dengan orang lain.

Proses reposisi ini juga tercermin dari cara @menungsa.id membangun narasi tentang kesehatan mental bukan sebagai isu yang memalukan, melainkan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari perjalanan menjadi laki-laki yang utuh. Kemunculan tagar kesehatanmentallaki-laki (28 kali) secara berdampingan dengan kata “kita” dan “kami” menunjukkan bahwa isu kesehatan mental tidak dihadirkan sebagai pengalaman individual yang harus ditanggung sendiri, tetapi sebagai agenda kolektif komunitas laki-laki di ruang digital. Pola ini memperkuat argumen bahwa media sosial dapat berperan sebagai sarana transformatif dalam memproduksi wacana maskulinitas alternatif yang lebih humanis dan berorientasi pada kesejahteraan (Manley, 2023; Stahl et al., 2024).

Lebih jauh, reposisi maskulinitas yang dilakukan @menungsa.id juga memiliki aspek ideologis yang penting. Dengan secara konsisten menampilkan laki-laki sebagai individu yang membutuhkan ruang aman, percakapan, dan dukungan emosional, akun ini secara implisit menantang struktur kekuasaan yang selama ini menormalisasikan maskulinitas hegemonik sebagai satu-satunya model yang valid (Connell, 1995; Beynon, 2002). Dalam perspektif interseksionalitas, pergeseran ini merupakan bentuk negosiasi kekuasaan yang terjadi di level wacana, di mana bahasa menjadi alat untuk mendistribusikan ulang makna dan membuka ruang bagi bentuk-bentuk maskulinitas yang sebelumnya termarginalisasi (Crenshaw, 1989).

Dengan demikian, reposisi maskulinitas yang berlangsung melalui praktik bahasa di @menungsa.id bukan sekadar fenomena linguistik, tetapi merupakan proses sosial yang lebih luas, yaitu sebuah upaya kolektif untuk mendefinisikan ulang apa artinya menjadi laki-laki di era digital, dengan cara yang lebih manusiawi, inklusif, dan bebas dari beban norma hegemonik yang selama ini membatasi.

Kesimpulan

Penelitian ini telah menganalisis bagaimana praktik bahasa dalam caption Instagram @menungsa.id berperan dalam membangun narasi kolektif dan mereposisi makna maskulinitas di era digital. Melalui analisis leksikal berbasis korpus menggunakan AntConc serta kerangka teoretis intersectionality (Crenshaw, 1989), ditemukan bahwa bahasa yang digunakan dalam caption Instagram @menungsa.id bukan sekadar medium komunikasi, melainkan strategi diskursif yang secara aktif membentuk, menantang, dan mendefinisikan ulang konstruksi maskulinitas dalam ruang digital Indonesia.

Temuan pertama menunjukkan bahwa @menungsa.id secara konsisten membangun bahasa solidaritas melalui pilihan leksikon yang inklusif dan empatik. Dominasi kata-kata seperti “laki” (148 kali), “ruang” (55 kali), “kita” (49 kali), “kami” (44 kali), “aman” (37 kali), “mental” (37 kali), dan “mengobrol” (34 kali) mencerminkan pola diskursif yang secara sistematis mengonstruksi @menungsa.id sebagai ruang aman bagi laki-laki untuk mengekspresikan pengalaman emosional mereka tanpa stigma apapun. Penggunaan pronomina kolektif “kita” dan “kami” bekerja secara komplementer, di mana “kita” membangun kedekatan emosional dengan audiens, sementara “kami” memosisikan akun sebagai penyedia ruang yang suportif dan terpercaya. Hal ini menunjukkan bahwa solidaritas dalam konteks ini tidak bersifat spontan, melainkan dikonstruksikan secara terstruktur melalui pilihan bahasa yang terencana. Pola semacam ini secara langsung menantang narasi maskulinitas tradisional yang menekankan kemandirian dan pengendalian emosi sebagai standar utama identitas laki-laki (Barker, 2004; Connell, 1995).

Temuan kedua menunjukkan bahwa proses negosiasi identitas dalam @menungsa.id berlangsung melalui persilangan berbagai faktor sosial yang saling beririsan, sesuai dengan prinsip intersectionality (Crenshaw, 1989). Akun ini tidak membangun satu model maskulinitas tunggal yang bersifat normatif, melainkan menghadirkan keberagaman pengalaman laki-laki, mulai dari pergulatan dengan kesehatan mental hingga keinginan untuk menjadi lebih terbuka secara emosional, sebagai bagian yang sama-sama valid dari pengalaman menjadi laki-laki. Melalui sapaan langsung kepada audiens menggunakan kata “kamu” (23 kali) dan narasi yang bersifat reflektif, @menungsa.id dapat menyeimbangkan antara pengakuan terhadap keunikan pengalaman individual dan pembangunan identitas kolektif yang terikat. Proses negosiasi identitas ini sejalan dengan temuan Scarcelli dan Farci (2024) yang menegaskan bahwa platform media sosial telah berkembang menjadi ruang diskursif yang memungkinkan individu menegosiasikan norma dan ekspektasi gender secara aktif dan dinamis.

Temuan ketiga, yang sekaligus menjadi argumentasi utama penelitian ini, menunjukkan bahwa @menungsa.id berperan sebagai sarana reposisi maskulinitas di era digital. Melalui akumulasi narasi yang konsisten dan penggunaan bahasa yang membahas keterbukaan, kerentanan, dan kepedulian antar sesama laki-laki, akun ini secara perlahan menggeser batas normatif maskulinitas hegemonik menuju bentuk maskulinitas yang lebih inklusif dan manusiawi. Reposisi ini tidak hanya berlangsung pada tingkat linguistik, tetapi juga pada tingkat ideologis, di mana bahasa digunakan sebagai alat untuk mendistribusikan ulang makna maskulinitas dan membuka ruang bagi bentuk-bentuk identitas maskulin yang sebelumnya termarginalisasi oleh norma hegemonik (Connell, 1995; Crenshaw, 1989). Proses ini sejalan dengan konsep caring masculinity (Elliot, 2016) yang menunjukkan bahwa maskulinitas yang sehat tidak identik dengan dominasi, melainkan dapat diwujudkan melalui empati, kepedulian, dan keterbukaan emosional dalam relasi sosial.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah berkembang menjadi ruang yang produktif untuk menegosiasikan identitas gender di Indonesia. @menungsa.id merupakan contoh konkret bagaimana sebuah akun digital dapat berfungsi sebagai platform informasi dan ruang transformasi sosial yang aktif mendorong perubahan nilai maskulinitas menuju arah yang lebih egaliter, reflektif, dan inklusif (Manley, 2023; Haza et al., 2025). Temuan ini juga memiliki implikasi yang lebih luas bagi kajian gender dan media digital di Indonesia, yakni bahwa analisis berbasis bahasa dan korpus dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk mengungkap bagaimana wacana gender dikonstruksikan, dinegosiasikan, dan ditransformasikan melalui praktik komunikasi di ruang digital.

Penelitian ini tentunya masih memiliki keterbatasan, khususnya dalam hal cakupan data yang terbatas pada caption teks tanpa mempertimbangkan elemen visual seperti foto dan video yang turut berperan dalam

pembentukan wacana di Instagram. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas analisis dengan mengintegrasikan pendekatan multimodal untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana maskulinitas dikonstruksikan secara holistik dalam konten media sosial.

Referensi

- Barker, C. (2004). *Cultural studies: Theory and practice*. Sage Publications.
- Burdick, A., Drucker, J., Lunenfeld, P., Presner, T., & Schnapp, J. (2012). *Digital Humanities*. MIT Press.
- Caldwell, J., & Fisher, J. H. N. (2025). *Boys in the digital wild: Understanding the role of online platforms in shaping boys' identities and behaviors*. Plan International.
<https://plan-international.org/publications/boys-digital-wild/>
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. Sage Publications.
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139–168.
- Febrindasari, C., Musyafak, N., & Zakiyah, M. (2025). Maskulinitas yang terluka: Mengungkap narasi patah hati laki-laki pada lagu Jawa populer dalam perspektif budaya. *Konferensi Linguistik Tahunan Atma Jaya* 23, 64–76.
- Haza, P., Marchels, H., Sartika, D. D., Reftantia, G., & Saraswati, E. (2025). Rekonstruksi maskulinitas melalui gerakan Cantik: Kajian New Social Movement Theory dalam isu gender di Indonesia. *JSGA: Journal Studi Gender dan Anak*, 11(2), 1–9.
- Kumalasari, E. D., Milan, S., Pratama, B. H., & Listyani, R. H. (2025). Representasi maskulinitas baru pada akun Instagram @lakilakibaru. *Sosietas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 15(1), 16–32.
<https://doi.org/10.17509/sosietas.v15i1.8310>
- Larasati, I., & Astuti, P. (2019). Gerakan Aliansi Laki-Laki Baru: Membongkar konstruksi maskulinitas untuk mewujudkan keadilan gender. *Journal of Politic and Government Studies*, 8(2), 211–220.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/23687>
- Lazar, M. M. (Ed.). (2005). *Feminist critical discourse analysis: Gender, power and ideology in discourse*. Palgrave Macmillan.
- Manley, A. (2023). *The new masculinity: A roadmap for a 21st-century definition of manhood*. ECW Press.
- Nainggolan, A. C., Putra, A. A. H., Kinanti, C. A., Darmawan, G. S., Pratama, R. A., & Rodja, Z. (2025). Narasi “lelaki tidak bercerita” dalam sudut pandang maskulinitas hegemonik. *Aktivisme: Jurnal Ilmu Pendidikan, Politik dan Sosial Indonesia*, 2(3), 290–303.
<https://doi.org/10.62383/aktivisme.v2i3.1114>
- Scarcelli, C. M., & Farci, M. (2024). Negotiating gender in the digital age: Young people and the representation of femininity and masculinity on social media. *Italian Sociological Review*, 14(1), 93–113.
<https://doi.org/10.13136/isr.v14i1.645>
- Simaibang, E. W. A., & Bajari, A. (2020). Representasi male feminist oleh Aliansi Laki-laki Baru di media sosial. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v2i2.1685>
- Stahl, G., Zhao, Y., & Stahl, G. (2024). Male celebrities, masculinities and the promotion of mental health literacy. *Norma: International Journal for Masculinity Studies*, 1–20.
<https://doi.org/10.1080/18902138.2024.2439196>
- Subhqi Gorisha, M., Hermawan, A., & Anisa, D. D. (2025). Reproduksi maskulinitas toksik di ruang digital: Analisis kualitatif komentar Instagram. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 5(2), 157–174.
<https://doi.org/10.20885/cantrik.vol5.iss2.art5>