

Stereotip gender lintas generasi: Eksplorasi konstruksi gender kontemporer generasi milenial (Y) dan generasi pascamilenial (Z) di Bandung

Hani Yulindrasari^{1*} & Vina Adriany²

^{1,2}Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Jawa

Abstrak

Generasi milenial (Y) yang lahir antara tahun 1981-2000, dan pascamilenial (Z) yang terlahir pada tahun 2000 dan setelahnya, tumbuh di dua konteks sosial-ekonomi-politik yang sangat berbeda. Sebagian, terlahir dan tumbuh di masa otoriter Soeharto, dan sebagian lagi terlahir pasca Soeharto turun, tetapi sama-sama tumbuh di era demokratis dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat masif. Generasi milenial dan pascamilenial menghadapi isu-isu gender yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Walaupun beberapa isu masih sama dengan yang dihadapi oleh generasi sebelumnya, konteks waktu menuntut pendekatan yang berbeda dalam memahami isu tersebut. Penelitian ini mengeksplorasi konstruksi maskulinitas dan femininitas yang dipahami dan diyakini oleh generasi milenial (Y) dan pascamilenial (Z), khususnya di kota Bandung. Pengambilan data akan dilakukan dua tahap. Tahap pertama menggunakan metode *photo-interviewing* terhadap 20 partisipan. Tahap kedua dilakukan dengan metode survei daring terhadap 184 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa generasi milenial dan pascamilenial memiliki pemahaman gender yang cenderung non-stereotyping, dari 127 *signifier* yang ditanyakan hanya 23 *signifier* yang dikategorikan sebagai feminin atau pun maskulin.

Kata kunci: gender, milenial, pascamilenial, Indonesia

Abstract

Millennials (Y), born between 1981-2000, and post-millennial (Z), born in 2000 and after, grew up in two very different socio-economic-political contexts. The Gen Ys were born and grew up in Soeharto's authoritarian era, and Gen Zs were born after the fall of Soeharto, but both grew up in the democratic era with the massive development of information technology. Both Millennials and post-millennials face different gender issues from previous generations. Even for similar gender issues, different context demands a different approach in understanding the issues. This research explores the construction of masculinity and femininity that is understood and believed by the Bandung's millennials (Y) and post-millennials (Z) generation. Data collection was carried out in two stages. The first stage used the photo-interviewing method with 20 participants. The second stage was conducted with an online survey method of 184 respondents. The results show that millennial and post-millennial generations have an understanding of gender that tends to be non-stereotyping, not many signifiers are categorized as feminine or masculine.

Keywords: gender, milenial, post-milenial, Indonesia

Pendahuluan

Penelitian ini mengeksplorasi konstruksi gender yang dipahami dan diyakini oleh generasi milenial (Y) dan pascamilenial (Z) Indonesia. Penelitian gender dalam konteks Indonesia seringkali menemui kesulitan ketika harus mendefinisikan bagaimana konstruksi feminin dan maskulin menurut masyarakat Indonesia. Konstruksi gender yang banyak dibahas dalam literatur-literatur studi gender yang sudah ada mayoritas mengacu pada analisis konstruksi

gender masyarakat Jawa dan konstruksi gender yang menghegemoni melalui Undang-Undang No 10/1974 tentang Perkawinan dan berbagai propaganda Orde Baru (Robinson 2000; Yulindrasari & McGregor 2011; Adamson 2007). Padahal, konstruksi gender bukanlah sesuatu yang tetap, universal, dan kaku. Konstruksi gender dari waktu ke waktu mengalami perubahan, modifikasi, pelestarian, dan negosiasi berdasarkan konteks geografi, ruang,

dan waktu (Kimmel, 2011, p. 58). Konstruksi gender di zaman penjajahan akan berbeda dengan di zaman perjuangan kemerdekaan, zaman mengisi kemerdekaan, orde baru, reformasi, dan pascareformasi (lihat Yulindrasari & McGregor 2011; McGregor 2012; Nurmila 2009; Azisah 2009; Siraishi 1996; Love 2007; White & Anshor 2008).

Generasi milenial yang lahir antara tahun 1981-2000 (Ali & Purwandi 2016, 13), dan pascamilenial yang terlahir pada tahun 2000 dan setelahnya, tumbuh di dua konteks sosial-ekonomi-politik yang sangat berbeda. Sebagian, terlahir di masa otoriter Soeharto, dan sebagian lagi terlahir pasca Soeharto turun, tetapi sama-sama tumbuh dan berkembang di era demokratis dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat masif.

Saat ini generasi milenial ada di usia produktif, antara 22-41 tahun, sedangkan generasi pascamilenial berusia 22 tahun ke bawah. Berdasarkan sensus yang dilakukan BPS pada tahun 2020 generasi milenial dan generasi pascamilenial mendominasi penduduk Indonesia sebesar 53,81% dari total 270,2 juta jiwa penduduk (Widyastuti, 2021). Melihat besarnya jumlah generasi milenial dan pascamilenial, dua generasi ini akan menjadi motor perubahan sosial di Indonesia.

Salah satu perubahan sosial yang dimotori oleh generasi milenial dan pascamilenial ini adalah perubahan pemahaman tentang gender. Tingginya paparan dua generasi ini terhadap informasi global melalui teknologi informasi memungkinkan generasi ini memiliki pandangan yang berbeda dengan generasi sebelumnya bahkan di luar bayangan generasi-generasi sebelumnya (lihat Achmad, Poluakan, Dikayuana, Wibowo, & Raharjo, 2019; Lichy & Racat, 2021).

Dalam konteks pemahaman gender, informasi-informasi yang kontradiktif, fluid, juga esensial tentang gender yang beredar secara global sangat mungkin memengaruhi bagaimana generasi milenial Indonesia memaknai maskulinitas dan feminitas secara unik dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi sebelumnya menginternalisasi pemahaman gender melalui tradisi yang turun temurun dari generasi ke generasi, dari buku-buku pelajaran sekolah yang menggambarkan konstruksi gender tradisional dan cenderung lokal, dari representasi gender di tayangan televisi yang dikontrol di bawah pemerintahan Orde Baru (Yulindrasari & McGregor, 2011).

Sedangkan generasi y dan z dapat dengan mudah mengakses informasi tentang gender dari berbagai belahan dunia dengan variasi informasi yang sangat luas. Sayangnya masih belum banyak penelitian yang menjelaskan bagaimanapaparan

terhadap informasi tentang gender yang sangat terbuka tersebut memiliki konsekuensi terhadap pemahaman generasi milenial dan pascamilenial tentang konstruksi gender.

Pemahaman yang komprehensif mengenai konstruksi gender sesuai konteks ruang dan waktu sangat penting dalam penelitian-penelitian tentang gender. Hasil penelitian ini akan menjadi pijakan analisis untuk penelitian-penelitian gender dalam berbagai bidang untuk konteks Indonesia di era millennium ke-tiga. Seperti diketahui, keadilan gender menjadi tujuan ke-5 dari Sustainable Development Goals (SDGs) (UNDP, 2016). Eksplorasi terhadap struktur sosial yang merupakan akar dari permasalahan ketidakadilan gender menjadi sangat penting, sehingga keadilan gender diupayakan bukan hanya pada indikator-indikator capaian yang operasional seperti angka kematian ibu, angka partisipasi sekolah, dan persentase perempuan di parlemen, tetapi juga pada akar permasalahannya.

Dengan memahami konstruksi gender generasi milenial, diharapkan isu-isu gender pada generasi milenial Indonesia dapat diteliti dengan lebih baik sehingga strategi percepatan keadilan gender dapat dilakukan berdasarkan hasil-hasil riset yang menggunakan referensi tentang konstruksi gender yang lebih baru dan relevan untuk generasi ini. Menyelesaikan isu-isu gender pada generasi milenial Indonesia sangatlah penting, karena generasi milenial saat ini berada pada usia produktif yang menentukan kemajuan perekonomian dan kehidupan sosial bangsa.

Referensi-referensi tentang konstruksi gender di Indonesia selama ini, lebih banyak ditulis berdasarkan telaahan representasi gender di media dan popular culture (seperti Clark, 2004; Aripurnami, 1996; Yulindrasari & McGregor, 2011; Wulan, 2013), sedangkan penelitian tentang bagaimana gender, maskulinitas dan feminitas didefinisikan secara personal masih sulit ditemukan terutama yang dikaitkan dengan generasi dalam konteks masyarakat Indonesia. Dalam konteks negara barat, penelitian yang mencoba mendefinisikan konstruksi feminin dan maskulin sudah dilakukan sejak akhir 1970-an terutama oleh Sandra Bem (S. Bem, 1974; S. L. Bem, 1981, 1983). Bem (1974) merumuskan stereotip-stereotip maskulin dan feminin pada kontinum yang berbeda, dan mengembangkan alat ukur untuk menentukan peran jenis kelamin (sex role). Teori Bem mengatakan bahwa maskulin dan feminin merupakan sifat atau karakter yang dimiliki oleh laki-laki maupun perempuan. Maskulin dan feminin merupakan suatu

kontinum. Setiap individu berada pada titik yang berbeda dalam kontinum tersebut. Dengan demikian, menurut Bem, sifat maskulin tidak eksklusif laki-laki saja, begitu juga dengan sifat feminin tidak eksklusif perempuan saja. Bem juga memperkenalkan suatu kondisi dimana seseorang memiliki sifat maskulin dan feminin yang seimbang, yang dikenal dengan istilah androgyny (S. L. Bem, 1979).

Dalam konteks Indonesia, penelitian gender kebanyakan fokus ke studi tentang perempuan atau laki-laki secara terpisah. Masih jarang penelitian yang meneliti maskulinitas dan feminitas sekaligus, walaupun dalam analisis penelitian-penelitian terdahulu sudah banyak melihat gender sebagai suatu relasi, tetapi titik berat analisis kebanyakan hanya pada satu konstruksi: maskulinitas atau feminitas. Untuk itu, penelitian ini akan mengeksplorasi pemahaman tentang konstruksi gender (maskulinitas dan feminitas) di masyarakat kontemporer Indonesia dengan lebih komprehensif. Secara metodologi, penelitian ini juga menggunakan metode yang masih jarang digunakan yaitu mixed methods dengan teknik pengumpulan data yang non-konvensional yaitu "photo-interviewing."

Generasi milenial Indonesia hidup di zaman dimana perubahan terjadi sangat cepat. Mulai dari perubahan politik dari era otoriter ke era transisi menuju demokrasi, lalu ke era demokrasi, sampai perubahan social yang sangat cepat yang dimediasi oleh perkembangan teknologi informasi yang luar biasa pesat. Isu-isu gender yang dialami generasi milenial harus ditelaah dengan memahami terlebih dahulu bagaimana generasi ini memahami dan mengkonstruksikan gender.

Pemahaman gender yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana responden memahami atribut-atribut sosial yang dilekatkan pada laki-laki dan perempuan dan apakah responden memahami atribut tersebut sebagai pembentuk identitas laki-laki dan perempuan. Pemahaman dan konstruksi gender yang egaliter tidak akan secara kaku melekatkan atribut sosial sebagai signifier maskulin atau feminin.

Teori Generasi

Teori generasi merupakan sebuah teori sosiologi yang diperkenalkan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923 (Pilcher, 1994, p. 481). Teori ini menjelaskan bahwa ada persimpangan antara konteks socio-historis dengan cara seseorang berpikir, merasa, dan bertindak (Mannheim, 1952, p. 291). Dengan kata lain, periode waktu memiliki struktur socio-historis yang berkontribusi dalam membentuk karakteristik

manusia dan masyarakat yang lahir dan tumbuh di masa tersebut.

Teori generasi kemudian dikembangkan oleh banyak ahli sosiologi dan psikologi, diantaranya adalah Howe dan Strauss (1991) dan Turner (2015). Howe dan Strauss membagi generasi berdasarkan periode waktu kesejarahan dalam konteks Amerika. Dalam klasifikasi Howe dan Strauss (1991) generasi Y adalah generasi yang lahir di antara tahun 1982-2004, dan generasi Z adalah yang lahir tahun 2005 dan setelahnya. Namun demikian, klasifikasi periode generasi berbeda di setiap penelitian meskipun konteks negaranya sama. Contohnya klasifikasi yang digunakan oleh Pew Research Centre (2010) dan Turner (2015) yang berbeda dengan yang digunakan Howe dan Strauss (1991). Paw Research Centre mendefinisikan generasi Y sebagai generasi yang lahir setelah tahun 1980 atau di awal era millennium baru. Turner (2015, 103) dalam penelitiannya mendefinisikan generasi Z sebagai generasi yang lahir di pertengahan tahun 1990an sampai tahun 2005.

Dalam konteks Indonesia, penelitian tentang generasi milenial (Y) pernah dilakukan oleh Ali dan Purwandi (2016). Menurut Ali dan Purwandi (2016, 13), generasi milenial adalah mereka yang lahir di antara tahun 1981-2000 sedangkan generasi Z adalah mereka yang lahir pada tahun 2000 dan setelahnya. Penelitian ini akan mengikuti klasifikasi yang digunakan oleh Ali dan Purwandi (2016). Mengacu pada karakteristik generasi Y dan Z yang banyak digunakan oleh berbagai lembaga riset tentang generasi (Broadbent et al., 2017; Dimock, 2019; McCrindle & Wolfinger, 2010) dimana generasi Z didefinisikan sebagai generasi yang terpapar teknologi informasi sejak dini, maka klasifikasi yang digunakan oleh Ali dan Purwandi (2016) lebih tepat untuk Indonesia karena perkembangan teknologi internet di Indonesia sedikit lebih lambat dari negara-negara barat, dimana teori generasi ini dikembangkan.

Konsep Gender

Untuk memahami konsep gender harus dibedakan terlebih dahulu kata gender dengan kata seks (jenis kelamin). Jenis kelamin (sex) memiliki pengertian kategorisasi manusia berdasarkan atribut dan organisasi biologisnya yang mencakup susunan kromosom, anatomi, konfigurasi kimiawi tubuh, dan fisiologisnya (Kimmel 2011, 3). Pembagian tersebut bersifat eksklusif satu sama lain (Helgeson, 2012, p. 2). Sedangkan gender merupakan semua atribut kompleks yang dilekatkan terhadap jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berasal

dari budaya yang dikonstruksikan secara sosial (Helgeson 2012, 3). Gender dikonstruksikan dan dipelajari dari kondisi, pengalaman, dan kemungkinan-kemungkinan tertentu yang berbeda pada setiap budaya, yang dipasangkan dengan kewanitaan dan kelaki-lakian, dan ini merupakan kategori sosial utama yang digunakan oleh kebanyakan masyarakat sebagai dasar untuk sosialisasi dan untuk penentuan status sosial (Kimmel 2011, 3). Gender sebagai konstruksi sosial dapat dibuktikan dengan karakteristik atribut-atribut tersebut yang bisa dipertukarkan antara laki-laki dan perempuan dan atribut-atribut tersebut bisa berubah dari waktu ke waktu, berbeda dari satu tempat dengan tempat lainnya, dan berbeda pada satu kelas dengan kelas lainnya (Fakih, 2001). Menurut Fakih (2001) perbedaan-perbedaan gender tersebut terbentuk karena banyak hal, diantaranya dibentuk, disosialisasikan, diperkuat, bahkan dikonstruksikan secara sosial atau kultural, melalui ajaran agama maupun negara.

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa gender adalah atribut-atribut yang melekat pada laki-laki dan perempuan yang sifatnya bisa dipertukarkan dan dikonstruksikan oleh budaya. Dengan demikian, gender akan tergantung pada nilai dan norma yang dianut masyarakat dalam menentukan bagaimana seharusnya laki-laki dan perempuan berperilaku. Atribut-atribut tersebut sebenarnya tidak selalu ada hubungannya dengan faktor bawaan (jenis kelamin), hanya saja pembentukan perbedaan atribut antara laki-laki dan perempuan tersebut sudah terbentuk sangat lama sehingga sering dianggap sebagai kodrat yang berhubungan dengan jenis kelamin.

Konstruksi gender yang dipahami dan diyakini masyarakat dapat diketahui dengan mengidentifikasi stereotip-stereotip gender yang diyakini atau yang disetujui oleh masyarakat. Stereotip adalah persepsi konsensual yang diyakini secara kolektif tentang suatu konsep atau kelompok terlepas dari apakah persepsi tersebut benar atau salah (Hogg & Abrams, 2006). Karakteristik yang biasa diasosiasikan dengan laki-laki biasa disebut sebagai karakteristik maskulin dan karakteristik yang biasa diasosiasikan dengan perempuan biasa disebut karakteristik feminin (Helgeson, 2012).

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif dilakukan dalam tahap 1 penelitian untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya tentang sifat dan karakter

yang dianggap feminin dan maskulin oleh responden.

Pendekatan kuantitatif digunakan pada tahap 2 untuk mendapatkan gambaran tentang karakter-karakter maskulin dan feminin yang dianggap penting oleh responden secara general. Melalui analisis coding sederhana ditentukan stereotip-stereotip maskulin dan feminin menurut generasi milenial dan pascamilenial. Selanjutnya, pendekatan kuantitatif juga akan digunakan untuk mendapatkan gambaran signifikansi perbedaan pemaknaan gender (maskulinitas dan femininitas) antara generasi milenial dan pascamilenial.

Tahap 1

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data non konvensional yang menggabungkan wawancara dengan photo-elicitation. Photo-elicitation atau "photo-interviewing" (Collier & Collier, 1986, p. 108) adalah suatu teknik pengambilan data yang menggunakan foto untuk mengungkap perspektif responden penelitian tentang suatu fenomena (Olliffe and Bottorff 2007, 850).

Dalam penelitian ini, foto yang dilibatkan dalam interview ditentukan oleh peneliti. Responden diminta memilih foto mana yang menurut mereka mewakili definisi laki-laki/perempuan, dan wawancara bermula dari pemilihan foto tersebut. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara semi terstruktur yang dilakukan dengan dua cara: online melalui fasilitas Zoom meeting atau Google meet dan secara langsung. Pengambilan data online dilakukan sebagai penyesuaian protokol kesehatan di masa pandemik covid-19. Foto *interview* dilakukan pada 20 orang responden dengan proporsi yang seimbang dalam hal jenis kelamin dan kelompok generasi.

Jumlah foto yang digunakan dalam penelitian ini 15 foto laki-laki dan 15 foto perempuan dengan beragam ekspresi, penampilan, latar foto, dan kegiatan yang sedang dilakukan. Pemilihan foto dilakukan melalui focus group discussion internal diantara peneliti dan asisten peneliti. Foto-foto tersebut kemudian diberi kode-kode untuk memudahkan pencatatan. Pengambilan data pada tahap 1 ini memiliki 3 bagian yaitu: 1) Menyusun foto; 2) Inquiry pemilihan foto; 3) Refleksi.

Pada bagian 1, responden diminta untuk memilih 5 foto laki-laki dan 5 foto perempuan lalu mengurutkannya mulai dari tidak maskulin/tidak feminin sampai sangat maskulin/sangat feminin. Kemudian, pada bagian 2 pewawancara melakukan penggalian tentang alasan pemilihan setiap foto tersebut.

Pengambilan data diakhiri dengan refleksi (bagian 3). Refleksi dilakukan peneliti dengan mempertimbangkan latar belakang peneliti sebagai generasi X yang memiliki pengalaman gender yang berbeda dengan generasi Y dan Z. Peneliti lahir, besar, dan dididik di masa Orde Baru dengan keterbatasan akses tentang informasi gender. Pemahaman gender peneliti cenderung tradisional, dan kemudian mempelajari gender secara formal di masa reformasi. Dengan refleksi ini peneliti mengendalikan standar norma gender yang dimiliki supaya tidak terjebak pada interpretasi benar salah tentang pemahaman gender yang dimiliki responden.

Sampel dalam Tahap 1 penelitian ini dipilih menggunakan teknik *convenient* dan *purposive sampling* dengan cara memanfaatkan jaringan yang dimiliki tim peneliti sehingga responden yang diwawancarai sudah mengenal pewawancara dengan baik. Hal ini sengaja dilakukan untuk memastikan *rapport* yang baik antara narasumber (responden) dengan pewawancara. Karakteristik responden yang dipilih untuk tahap 1 penelitian ini adalah sebagai berikut: 5 orang laki-laki; 5 orang perempuan (lahir 1981-2000 [GEN Y]); 5 orang laki-laki; 5 orang perempuan (lahir setelah 2000 [GEN Z]); Responden tinggal di wilayah Bandung Raya (Kota Bandung, Kabupaten Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat).

Tahap 2

Hasil analisis *photo-interviewing* digunakan untuk mengembangkan instrumen berbentuk kuesioner yang mengidentifikasi maskulinitas dan femininitas pada generasi milenial dan

pascamilenial. Hasil analisis dari tahap 1 berhasil mengidentifikasi 6 kategori *gender signifier*. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam tahap dua penelitian ini dikembangkan berdasarkan 6 *signifier* tersebut, yaitu: kesan keberagamaan, jenis pekerjaan, peran, penampilan, sifat, dan gestur.

Instrumen pada tahap 2 terdiri dari 2 bagian. Bagian 1 mengungkap pemahaman gender yang terdiri dari 6 item sesuai dengan signifier dengan 5 pilihan jawaban dalam bentuk skala Likert. Bagian 2 mengidentifikasi stereotip maskulin dan feminin yang terdiri dari 175 item dengan 4 pilihan jawaban: maskulin, feminin, netral, atau tidak tahu. 175 item tersebut terbagi ke dalam 6 kategori *gender signifier*: kesan keberagamaan (11 item), jenis pekerjaan (45 item), peran (16 item), penampilan (48 item), sifat (48 item), gestur (7 item).

Hasil uji reliabilitas/konsistensi internal dengan menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa skala likert yang digunakan pada bagian 1 memiliki konsistensi internal yang tinggi dengan $\alpha = 0.777$.

Hasil uji normalitas menggunakan test one-sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data skor pemahaman gender (bagian 1) tidak mengikuti pola distribusi normal, $D(184) = 0,12$, $p < 0,001$. Dengan demikian analisis perbedaan pemahaman gender antara generasi milenial (Y) dan generasi pascamilenial (Z) dilakukan dengan menggunakan teknik analisis statistik nonparametric, Mann Whitney U-test.

Total skor yang memungkinkan untuk diperoleh responden pada bagian 1 adalah 30 (5x6) dan skor terendahnya adalah 6 (1x6). Kemudian, pemahaman gender responden dikategorikan ke dalam 3 kategori (Tabel 1).

Tabel 1

Acuan Kategorisasi Pemahaman Gender

Kategori	Interval Skor
Pemahaman Stereotyping	<13
Pemahaman Stereotyping pada signifier tertentu saja, misal: pada signifier keberagamaan, jenis pekerjaan, peran, penampilan, sifat, atau gestur. Tidak perlu memiliki pemahaman stereotyping pada semua signifier.	14 - 21
Pemahaman Gender Non-stereotyping	>22

Bagian 2 pada tahap 2 tidak untuk menganalisis stereotip gender yang dimiliki tiap responden, tetapi untuk melihat stereotip gender yang secara umum dimiliki oleh responden secara kolektif. Untuk itu, analisis statistik yang

dilakukan adalah statistik deskriptif sederhana dengan melakukan penghitungan distribusi frekuensi pada setiap item instrumen untuk melihat stereotip gender apa saja yang dimiliki responden secara umum. Frekuensi pada setiap

item signifier kemudian diurutkan untuk mengidentifikasi *signifier* maskulin dan feminin. *Item signifier* yang dipilih lebih dari 51% responden ditentukan sebagai stereotip gender yang secara kolektif dimiliki oleh responden. Batas persentase 51% ditentukan mengacu pada definisi yang menyebutkan bahwa stereotip adalah persepsi konsensual yang dimiliki oleh sebagian besar masyarakat (Hoggs & Abrams, 1987).

Pemilihan sampel pada Tahap 2 menggunakan teknik *snowball* dengan cara membagikan tautan kuesioner yang kemudian disebarluaskan ulang oleh responden penerima tautan ke jaringan pertemanan yang dimilikinya melalui *WhatsApp group*. Link kuesioner dibuka selama satu minggu. Penelitian ini berhasil mendapatkan respon dari 184 orang responden dengan rincian sebagai berikut: Generasi Y (lahir 1981-2000) 101 orang (40 orang perempuan; 46 orang laki-laki; 1 orang tidak memilih untuk tidak menyebutkan jenis kelamin). Generasi Z (lahir setelah tahun 2000) 78 orang (61 orang perempuan; 32 orang laki-laki; 4 orang memilih untuk tidak menyebutkan jenis kelaminnya).

Hasil Penelitian

Gambaran umum stereotip gender

Secara umum dari total 184 responden sebanyak 64,1% responden memiliki pemahaman gender yang stereotyping pada item-item *signifier* tertentu saja, 19,6% memiliki pemahaman

gender yang egaliter/non-stereotyping, dan 16,3% masih memiliki pemahaman gender yang *stereotyping*. Artinya, mayoritas responden dalam penelitian ini melekatkan stereotip-stereotip gender pada jenis kelamin hanya dalam *signifier* tertentu.

Pada kategori keberagaman, mayoritas responden beranggapan bahwa aktivitas beragama merupakan aktivitas yang netral. Kecuali sunat yang diasosiasikan dengan karakteristik maskulin, 63,6% responden memilih sunat sebagai *signifier* maskulin.

Pada kategori pekerjaan, dari 45 item pekerjaan, hanya tiga pekerjaan yang dilekatkan dengan karakteristik maskulin oleh lebih dari 51% responden. Pekerjaan tersebut adalah pekerjaan bangunan (dipilih oleh 73,9% responden), kuli panggul (dipilih oleh 68,5% responden), dan supir (dipilih oleh 66,8% responden). Pekerjaan tersebut adalah pekerjaan yang membutuhkan stamina fisik yang tinggi. 42 item pekerjaan lain lebih banyak dipilih sebagai pekerjaan yang netral, tidak feminin ataupun maskulin.

Menariknya, untuk karakteristik feminin, tidak ada satu pun pekerjaan yang dipilih oleh lebih dari 51% responden sebagai pekerjaan yang feminin. Jika dilihat dari ranking, 3 pekerjaan yang mendapat persentase pilihan responden tertinggi sebagai pekerjaan feminin adalah pengasuh (48,4% responden), asisten rumah tangga (39,1%), dan perawat (37,5%). Tipe pekerjaan tersebut secara tradisional diasosiasikan dengan "care" atau perawatan.

Tabel 2
Signifier penampilan fisik

Penampilan fisik	Maskulin	%
Janggut	158	85,9
Kumis	139	75,5
Telanjang dada	117	63,6
Berotot	105	57,1
Pakaian Jas	98	53,3
Penampilan Fisik	Feminin	%
Rok	150	81,5
Payudara Berisi	131	71,2
Make Up Tebal	110	59,8

Pada kategori penampilan fisik, dari 48 item, signifier yang dianggap maskulin adalah janggut, kumis, telanjang dada, berotot, dan pakaian jas. Signifier yang dianggap feminin adalah rok, payudara berisi, dan *make up* tebal. Di bawah ini adalah tabel yang menunjukkan persentase responden yang memilih *signifier* tersebut sebagai *signifier* maskulin dan feminin.

Janggut, kumis, dan payudara secara dominan diasosiasikan pada jenis kelamin. Hal ini tidak mengagetkan karena kumis, janggut, dan payudara secara luas dipahami sebagai karakteristik sekunder jenis kelamin. Kumis, janggut, dan payudara dianggap bukan gender atau bukan karakteristik yang dikonstruksikan secara sosial.

Sifat-sifat feminin dan maskulin yang seringkali dianggap khas maskulin seperti kuat, rasional, tangguh, dan keras ternyata dalam penelitian ini tidak mendapatkan persentase tinggi sebagai sifat maskulin. Bahkan dalam penelitian ini tidak ada satupun sifat yang terpilih sebanyak 51% sebagai *signifier* maskulin. Sifat yang mendapatkan persentase yang tertinggi sebagai *signifier* maskulin adalah sifat *gentle* yang dipilih oleh 48,9% responden. Untuk *signifier* sifat feminin, ada dua sifat yang dipilih oleh lebih dari 51% responden, yaitu anggun (73,9%) dan centil (68,5%).

Dua kategori yang lain adalah gestur/sikap tubuh dan peran sosial. Pada kategori gestur, duduk dengan kaki terbuka dianggap gestur maskulin (dipilih oleh 53% responden) dan berjalan silang dianggap gestur

feminin (dipilih oleh 59,2%). Dalam kategori peran sosial, dari 16 peran yang dicantumkan dalam instrument, hanya ada satu peran yang diasosiasikan sebagai maskulin, yaitu peran sebagai pemimpin keluarga (dipilih oleh 64% responden). Sedangkan untuk signifier feminin, tidak ada satupun signifier yang secara dominan dianggap feminin. tabel

Analisis perbedaan antara generasi milenial dan generasi pascamilenial

Secara umum pemahaman gender yang dimiliki oleh generasi milenial (Y) dan generasi pascamilenial (Z) adalah berada di tengah dalam arti tetap memiliki stereotip gender tetapi terbatas pada *signifier-signifier* tertentu saja. Namun demikian, dari analisis perbedaan menggunakan Independent Sample Mann Whitney U test diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara generasi pascamilenial dan generasi milenial dalam hal pemahaman gender. Hasil test Mann Whitney-U = 3470, p = 0,37.

Dilihat dari distribusi frekuensi pada kategori pemahaman gender seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini, responden yang memiliki pemahaman gender yang *stereotyping* lebih banyak berada pada kelompok generasi pascamilenial daripada generasi milenial. Sebaliknya, responden yang memiliki pemahaman gender *non-stereotyping* lebih banyak berada di kelompok generasi milenial dibandingkan kelompok generasi pascamilenial.

Tabel 3
Pemahaman Gender

Kategori	Y	%	Z	%
Pemahaman Non-Stereotyping	22	25,29	14	14,43
Pemahaman Stereotyping pada signifier tertentu	56	64,37	62	63,92
Pemahaman Gender Stereotyping	9	10,34	21	21,65
Total	87	100	97	100

Diskusi

Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial (Y) dan pascamilenial (Z) memiliki pemahaman gender yang tidak kaku, ditunjukkan dengan sedikitnya *signifier-signifier* yang dianggap sebagai maskulin dan feminin. Mayoritas *signifier* yang dipilih sebagai maskulin dan feminin lebih memiliki karakteristik fisik dan biologis. Hal tersebut mengindikasikan generasi

milenial dan pascamilenial telah memiliki pengetahuan yang cukup fleksibel tentang stereotip gender. Yang lebih menarik lagi adalah peran-peran domestik seperti mengurus rumah tangga dan merawat/mendidik anak tidak lagi dipilih sebagai *signifier* feminin, begitu juga sifat-sifat lemah lembut, tangguh, kuat, tegas, penyayang juga tidak lagi diasosiasikan dengan sifat maskulin ataupun feminin. Kami melihat ini sebagai perubahan yang progresif. Perubahan progresif ini dapat disebabkan oleh iklim

demokrasi dan keterbukaan informasi di Indonesia yang jauh lebih maju dibandingkan di zaman Orde Baru.

Temuan tersebut mengkonfirmasi temuan penelitian Eagly et al. (2020) dan Green et al. (2019) yang menunjukkan bahwa stereotip gender berubah ke arah yang lebih setara. *Signifier* maskulin dan feminin tidak lagi eksklusif. Laki-laki tidak lagi merasa terancam ketika harus melakukan pekerjaan dan ekspresi yang secara tradisional dilekatkan pada perempuan (feminin) (Green et al., 2019). Hal yang sama tampak dalam penelitian ini, bahwa mayoritas *signifier* dipilih sebagai netral dibandingkan maskulin/feminin.

Perubahan stereotip gender pada responden di Bandung Raya dalam penelitian ini dapat disebabkan oleh semakin tingginya representasi perempuan di ranah publik di berbagai bidang dan profesi. Keterwakilan perempuan dalam politik juga meningkat walaupun masih belum memenuhi kuota 30%. Jumlah calon legislatif perempuan yang terpilih pada pemilu 2019 meningkat menjadi 162 orang dari 131 orang terpilih di pemilu 2014 (Saputra, 2019). Jumlah pejabat negara dan kepala daerah juga semakin banyak. Tokoh seperti Menteri Keuangan Sri Mulyani, Menteri Sosial Tri Risma Harini, dan Menteri Luar Negeri Retno Marsudi menunjukkan bahwa perempuan mampu menjadi pemimpin berprestasi. Representasi gender seperti inilah yang mungkin membuat "pemimpin" tidak lagi menjadi *signifier* maskulin, walaupun "pemimpin keluarga" tetap menjadi *signifier* maskulin.

Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa gerakan kesetaraan gender yang formal melalui kebijakan pemerintah maupun secara non-formal yang diinisiasi oleh komunitas aktifis gender (Parahita, 2019) telah berhasil mengubah stereotip gender. Gerakan kesetaraan gender yang dilakukan oleh kelompok laki-laki seperti Aliansi Laki-Laki Baru, *Fatherhood forum*, dan interpretasi-interpretasi agama tentang gender yang lebih egalitarian (Yulindrasari, 2017) juga sangat mungkin berkontribusi terhadap perubahan stereotip gender ini.

Namun demikian, ada hal yang menarik ditunjukkan oleh hasil penelitian ini, yaitu lebih tingginya persentase responden yang memiliki pemahaman *gender stereotyping* pada generasi pascamilenial dibandingkan pada generasi milenial. Bisa jadi ini adalah indikasi kemunduran dalam hal pemahaman gender pada generasi pascamilenial. Iklim demokrasi dan keterbukaan di Indonesia saat ini membuat berbagai ideologi berkembang di Indonesia. Salah satunya adalah ideologi gender Islam konservatif yang kembali menempatkan

perempuan dan laki-laki pada posisi yang kaku. Salah satu gerakan gender konservatif ini adalah gerakan Indonesia tanpa feminisme (Azmi & Bachri, 2019). Generasi milenial mungkin juga terpapar ideologi tersebut tetapi sebagian generasi milenial terutama yang terlahir di tahun 1981-1990 masih mendapatkan pendidikan model Orde Baru yang menstigmatisasi fanatisme dan konservatisme, maka pemahaman gendernya lebih fleksibel dibandingkan generasi pascamilenial

Kesimpulan

Konstruksi gender berubah dari waktu-ke-waktu dan berbeda dari satu budaya dengan budaya lainnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa di Bandung, generasi milenial dan pos milenial memiliki kecenderungan yang lebih fair dalam melekatkan stereotip berdasarkan jenis kelamin. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal pemilihan sample yang tidak mempertimbangkan status social ekonomi. Untuk penelitian selanjutnya sangat diperlukan analisis konstruksi gender yang mempertimbangkan kelas sosial ekonomi.

Daftar Pustaka

- Achmad, R. W., Poluakan, M. V., Dikayuana, D., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Potret generasi milenial pada era revolusi industry 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 187-197.
- Adamson, C. (2007). Gendered anxieties: Islam, women's rights, and moral hierarchy in Java. *Anthropological Quarterly*, 80(1), 5-37.
- Ali, H., & Purwandi, L. (2016). *Indonesia 2020: The urban middle-class milenial*. Jakarta: Alvara Research Center.
- Aripurnami, S. (1996). A feminist comment on the sinetron presentation of Indonesian women. In L. J. Sears (Ed.), *Fantasizing the Feminine in Indonesia* (pp. 249-258). Durham: Duke University Press.
- Azisah, S. (2009). Gender mainstreaming policy in Islamic education in Indonesia: Students' perceptions on gender roles in Islamic primary school. *Lentera Pendidikan*, 12(2), 204-218.
- Azmi, M., & Bachri, S. (2019). Fenomena gerakan Indonesia tanpa feminisme di media sosial. *Sakina: Journal of Family Studies*, 3(3): 1-15. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/jfs>
- Bem, S. (1974). the Measurement of psychological androgyny 1. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*,

- 42(2).
<https://doi.org/10.1037/h0036215>
- Bem, S. L. (1979). Theory and measurement of androgyny: A reply to the Pedhazur-Tetenbaum and Locksley-Colten critiques. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(6), 1047–1054. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.37.6.1047>
- Bem, S. L. (1981). Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*, 88(4), 354–364. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.88.4.354>
- Bem, S. L. (1983). Comment on Bem's "gender schema theory and its implications for child development: Raising gender-aschematic children in a gender-schematic society." *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 8(4), 598–616. <https://doi.org/10.1086/494131>
- Broadbent, E., Gougoulis, J., Lui, N., Pota, V., & Simons, J. (2017). What world's young people think and feel - generation Z: Global citizenship survey. [https://varkeyfoundation.org/sites/default/files/Global Young People Report \(digital\) NEW \(1\).pdf](https://varkeyfoundation.org/sites/default/files/Global%20Young%20People%20Report%20(digital)%20NEW%20(1).pdf)
- Clark, M. (2004). Indonesian masculinities: Images of men in Indonesian TV advertising. *Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, 38(2), 9–37.
- Collier, J. J., & Collier, M. (1986). *Visual anthropology: Photography as a research method*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where millennials end and post-millennials begins. Pew Research Centre. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Eagly, A. H., Nater, C., Miller, D. I., Kaufmann, M., & Sczesny, S. (2020). Gender stereotypes have changed: A cross-temporal meta-analysis of U.S. public opinion polls from 1946 to 2018. *American Psychologist*, 75(3), 301–315. <https://doi.org/10.1037/amp0000494>
- Fakih, M. (2001). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Insist Press.
- Green, A., McClelland, C., Green, A., & McClelland, C. (2019). Male gender expression conflict between baby boomers and millennials. *Pepperdine Journal of Communication Research*, 7(6), 6–19. <https://digitalcommons.pepperdine.edu/pjcr/vol7/iss1/6>
- Helgeson, V. S. (2012). *The Psychology of Gender*. New York: Pearson Education Inc.
- Hogg, M. A., & Abrams, D. (2006). *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. London: Routledge.
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Company.
- Kimmel, M. (2011). *The gendered society*. Oxford: Oxford University Press
- Lichy, J. & Racat, M. (2021). Tracing digital fragmentation at the user level: Gen Y & Gen Z from a European perspective. *International Management*, 25, 124–147. <http://doi.org/10.7202/1086414ar>
- Love, K. E. (2007). *The politics of gender in a time of change: Gender discourse, institutions, and identities in contemporary Indonesia* [Doctoral thesis, Oxford University]. The University of Oxford. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:e7ae-a965-c1aa-43b0-bc76-3bc743e90879>
- Mannheim, K. (1952). The problem of generations. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 24(19), 276–322; 22–24. [https://doi.org/10.1016/s0168-8227\(00\)00198-4](https://doi.org/10.1016/s0168-8227(00)00198-4)
- McCrinkle, M., & Wolfinger, E. (2010). *The ABC of XYZ*. Randwick: University of New South Wales Press. <http://mccrinkle.com.au/resources/whitpapers/McCrinkle-Research-ABC-01-Generations-Defined-Mark-McCrinkle.pdf>
- McGregor, K. (2012). Indonesian women, the women's international democratic federation and the struggle for "women's rights", 1946–1965. *Indonesia and the Malay World*, 40(117), 193–208.
- Nurmila, N. (2009). *Women, Islam and everyday life: Renegotiating polygamy in Indonesia*. London: Routledge.
- Oliffe, J. L., & Bottorff, J. L. (2007). Further than the eye can see? Photo elicitation and research with men. *Qualitative Health Research*, 17(6), 850–858. <https://doi.org/10.1177/1049732306298756>
- Parahita, G. D. (2019). The rise of Indonesian feminist activism on social media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 104–115. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i2.331>

- Pew Research Centre. (2010). *Millennials-A portrait of generation next; Confident, connected, open to change*. Washington, DC: Pew Research Institute.
- Pilcher, J. (1994). Mannheim's sociology of generations: An undervalued legacy. *Source The British Journal of Sociology*, 45(3), 481-495. <https://doi.org/10.2307/591659>
- Robinson, K. (2000). Indonesian women: From orde baru to reformasi. In L. P. Edwards & M. Roces (Eds.), *Women in Asia: Tradition, Modernity, and Globalisation* (pp. 139-169). Sydney: Allen & Unwin.
- Saputra, F. L. A. (2019, November 11). Partisipasi politik perempuan naik. *Kompas.Com*. <https://kompas.id/baca/polhuk/2019/11/11/partisipasi-politik-perempuan-naik/>
- Siraishi, S. S. (1996). The birth of father and mother in the Indonesian classroom. *Southeast Asian Studies*, 34(1), 224-238.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103-113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>
- UNDP. (2016). Gender equality - Why it matters. *Contemporary Education Dialogue*, 1(2), 299-301. <https://doi.org/10.1177/097318490400100213>
- White, S., & Anshor, M. U. (2008). Islam and gender in contemporary Indonesia: Public discourses on duties, rights and morality. In G. Fealy & S. White (Eds.), *Expressing Islam: religious life and politics in Indonesia* (pp. 137-158). Singapore: ISEAS.
- Wulan, N. (2013). Does phallic masculinity still matter?: Masculinities in Indonesian teenlit during the post-reformasi period (1998-2007). *The Journal of Men's Studies*, 21(2), 149-161.
- Widyastuti, R. A. Y. (2021, Januari 23). Sensus penduduk 2020, BPS: Generasi Z dan Milenial dominasi jumlah penduduk RI. *Tempo.co* <https://bisnis.tempo.co/read/1425919/sensus-penduduk-2020-bps-generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-ri#>
- Yulindrasari, H. (2017). *Negotiating masculinities: The experience of male teachers in Indonesian early childhood education* [Doctoral Thesis, The University of Melbourne]. The University of Melbourne.
- Yulindrasari, H., & McGregor, K. (2011). Contemporary Discourses of Motherhood and Fatherhood in Ayahbunda, a Middle-Class Indonesian Parenting Magazine. *Marriage and Family Review*, 47(8), 605-624. <https://doi.org/10.1080/01494929.2011.619304>.