

Pemanfaatan Media Sosial untuk Pembedayaan Perempuan (Studi Kasus pada Akun Instagram @womanchoice_)

Maira Putri Sabrina *, Rini Rinawati

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

mairaputrii19@gmail.com, rini.rinawati@unisba.ac.id

Abstract. The development of social media has opened up new spaces for woman to connect, share knowledge, and grow their potential. One form of its utilization is through beauty-themed digital content created by woman-led communities. This research aims to explore how the Instagram account Woman Choice is used as a platform for woman's empowerment through makeup content. This study employs a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques include interviews in the form of Focus Group Discussions (FGD), observations of the Woman Choice Instagram account, and documentation of uploaded content. The informants in this study consist of four core members of the Woman Choice community who play strategic roles in content creation and message delivery. The findings show that Woman Choice does not only share beauty-related information but also embeds educational, motivational, and inspirational messages that encourage self-confidence and gender awareness among young woman. Instagram is strategically utilized by the community as a safe, communicative, and supportive digital space that enables woman to learn, share, and grow together. Communication messages are delivered both verbally and non-verbally, with consistent visual aesthetics and empathetic narratives.

Keywords: *Woman Empowerment, Social Media, Instagram.*

Abstrak. Perkembangan media sosial telah memberikan ruang baru bagi perempuan untuk saling terhubung, berbagi informasi, dan membangun potensi diri. Salah satu bentuk pemanfaatannya adalah melalui konten edukatif yang dikembangkan oleh komunitas perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun Instagram Woman Choice dimanfaatkan sebagai media pemberdayaan perempuan melalui program pengembangan diri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dalam bentuk Focus Group Discussion (FGD), observasi terhadap akun Instagram Woman Choice, serta dokumentasi terhadap konten yang diunggah. Informan dalam penelitian ini adalah empat orang pengelola inti komunitas Woman Choice yang memiliki peran strategis dalam proses produksi dan penyampaian pesan pemberdayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Woman Choice tidak hanya menyajikan informasi seputar kecantikan, namun juga menyisipkan pesan-pesan edukatif, inspiratif, dan motivasional yang mendorong kepercayaan diri serta kesadaran gender di kalangan perempuan muda. Instagram dimanfaatkan secara strategis oleh komunitas ini sebagai ruang digital yang aman, komunikatif, dan suportif, yang memungkinkan perempuan untuk belajar, berbagi, dan berkembang bersama. Pesan komunikasi disampaikan secara verbal dan nonverbal dengan pendekatan visual yang konsisten dan narasi yang empatik.

Kata Kunci: *Pemberdayaan Perempuan, Media Sosial, Instagram.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berkomunikasi dan memaknai kehidupan sosial. Kini, komunikasi tak lagi sekadar pertukaran pesan, melainkan menjadi proses membangun citra diri dan menggerakkan kesadaran kolektif. Media sosial hadir sebagai panggung baru yang bukan hanya menghubungkan, tetapi juga menguatkan. Di tengah deras arus informasi, Instagram menjelma menjadi ruang visual yang bukan hanya menarik mata, tetapi juga menyentuh perasaan. Platform ini memadukan estetika dan makna, menjadikannya sarana yang ampuh untuk menyuarakan pemberdayaan—khususnya bagi perempuan yang ingin didengar dan dilihat secara setara.

Di Indonesia, gelombang penggunaan Instagram sangat signifikan, terutama di kalangan perempuan muda usia produktif. Berdasarkan laporan dari We Are Social (2023), pengguna Instagram di Indonesia mencapai lebih dari 106 juta orang, dengan mayoritas pengguna perempuan berada pada rentang usia 18 hingga 34 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki karakteristik yang sangat potensial sebagai medium penyampaian pesan pemberdayaan yang menysasar perempuan muda secara langsung dan berdaya pengaruh.

Fenomena ini dimanfaatkan oleh sejumlah komunitas perempuan, salah satunya adalah *Woman Choice*, yang menggunakan akun Instagram @*Woman Choice* sebagai kanal untuk menyampaikan pesan edukatif seputar kecantikan, kesehatan mental, motivasi, serta pengembangan diri. Unikny, *Woman Choice* tidak hanya menampilkan konten kosmetik atau tutorial makeup biasa, melainkan mengusung nilai-nilai pemberdayaan yang terselip secara naratif dan visual di dalamnya. Setiap konten tidak semata menekankan pada transformasi fisik, tetapi juga pada aspek psikologis yang mendukung kepercayaan diri dan kesadaran diri perempuan muda.

Konten-konten ini menyentuh dimensi yang lebih dalam dari sekadar estetika, yaitu sebagai representasi simbolik dari kekuatan, ekspresi diri, dan bentuk self-empowerment. Narasi yang digunakan dalam caption dan visualisasi yang disampaikan dalam foto maupun video mencerminkan pengalaman perempuan dalam menghadapi stigma, tekanan sosial, hingga pencarian identitas. Dalam konteks ini, Instagram menjadi lebih dari sekadar etalase digital ia berubah menjadi ruang interaksi emosional dan intelektual.

Pemanfaatan Instagram sebagai media pemberdayaan sejalan dengan karakter media baru yang dikemukakan oleh McQuail (2000), yakni interaktif, personal, dan terhubung secara real time. Komunitas seperti *Woman Choice* secara strategis mengadaptasi fitur-fitur Instagram seperti Reels, Stories, Live, hingga kolom komentar untuk membangun keterlibatan dan komunikasi dua arah dengan para pengikutnya. Proses ini menciptakan bentuk komunikasi digital yang partisipatif dan mampu memengaruhi opini serta perilaku.

Dalam perspektif komunikasi digital, seperti yang diuraikan oleh Mulyana (2000), media sosial memungkinkan pesan disampaikan dalam berbagai bentuk simbol, baik verbal maupun nonverbal. Hal ini terlihat dalam strategi *Woman Choice* yang menggunakan pendekatan komunikasi visual yang kuat, mulai dari ekspresi wajah, warna, gaya pengambilan gambar, hingga pemilihan tema konten yang sarat makna. Visual menjadi sarana utama untuk membangun emosi, sekaligus menyampaikan pesan-pesan pemberdayaan yang halus namun berdampak kuat.

Sementara itu, teori pemberdayaan yang diuraikan oleh Novian (2010) dan Sulistyani (2004) menekankan bahwa pemberdayaan bukan hanya tentang memberikan akses atau peluang, tetapi juga tentang membangun kesadaran, kepercayaan diri, dan keberanian untuk mengambil keputusan dalam kehidupan. Dalam hal ini, *Woman Choice* berhasil memadukan konten digital dengan strategi pemberdayaan yang menyentuh aspek psikologis, sosial, edukatif non-formal, dan ekonomi. Platform Instagram dimanfaatkan bukan hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai alat pembentukan identitas dan solidaritas perempuan.

Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam karena menggambarkan bentuk pemberdayaan perempuan yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Berbeda dengan pemberdayaan konvensional yang berfokus pada aspek ekonomi atau politik, pemberdayaan digital melalui Instagram menekankan kekuatan simbolik dan emosional yang dibangun lewat interaksi dan narasi visual. Inilah yang menjadikan Instagram sebagai media yang sangat relevan dalam memfasilitasi proses pemberdayaan di era teknologi informasi.

Dalam praktiknya, *Woman Choice* tidak hanya membagikan konten bersifat informatif, tetapi juga membuka ruang dialog dengan pengikutnya melalui kolom komentar, fitur pertanyaan, dan

diskusi daring. Hal ini memperlihatkan bahwa pemberdayaan perempuan yang dilakukan tidak berjalan satu arah, melainkan melibatkan audiens sebagai subjek aktif dalam proses komunikasi. Model partisipatif seperti ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun komunitas dan menciptakan rasa memiliki.

Menariknya, *Woman Choice* juga mengangkat konten-konten tentang perawatan diri sebagai bentuk advokasi untuk mencintai diri sendiri, membebaskan diri dari standar kecantikan patriarkal, dan mengapresiasi keberagaman tubuh perempuan. Dengan demikian, Instagram dijadikan sebagai ruang yang aman dan suportif, di mana perempuan tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga agen perubahan bagi dirinya sendiri dan lingkungannya.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini difokuskan untuk mengeksplorasi bagaimana akun Instagram *@Woman Choice_* dimanfaatkan sebagai media pemberdayaan perempuan. Fokus utama meliputi identifikasi jenis-jenis pemberdayaan yang muncul dari konten akun tersebut, alasan pemilihan Instagram sebagai platform utama, serta analisis terhadap pesan-pesan komunikasi yang digunakan dalam proses pemberdayaan perempuan melalui media sosial. Dengan pendekatan kualitatif dan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman strategis dalam memanfaatkan media sosial untuk tujuan pemberdayaan yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Penggunaan Media di akun Instagram *@Woman Choice_* agar terciptanya pemberdayaan perempuan?” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi jenis-jenis pemberdayaan perempuan yang disampaikan melalui konten yang dipublikasikan di akun Instagram *@Woman Choice_*, baik dalam bentuk visual, narasi, maupun interaksi digital yang dilakukan oleh komunitas tersebut.
2. Untuk menganalisis alasan pemilihan Instagram sebagai platform utama yang digunakan oleh komunitas *Woman Choice* dalam menyampaikan pesan pemberdayaan kepada perempuan muda di era digital.
3. Untuk mengeksplorasi bentuk dan strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam penyampaian pesan pemberdayaan perempuan di akun *@Woman Choice_*, termasuk pendekatan visual dan naratif yang digunakan dalam membangun keterlibatan audiens.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dianggap paling relevan untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu memahami secara mendalam bagaimana komunitas *@Woman Choice_* memanfaatkan Instagram sebagai sarana pemberdayaan perempuan. Sesuai pandangan Arikunto (2006), pendekatan ini digunakan untuk menggali dan memahami fenomena sosial secara menyeluruh dalam konteks yang alami. Fokus dari penelitian ini bukan pada angka atau statistik, melainkan pada proses, makna, dan strategi komunikasi yang dibangun komunitas dalam menyampaikan pesan-pesan pemberdayaan. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelusuri dinamika yang tidak bisa dijelaskan secara kuantitatif, seperti bagaimana narasi visual dan verbal di Instagram menciptakan hubungan emosional, serta bagaimana interaksi dua arah memperkuat partisipasi audiens.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang dilakukan secara triangulatif agar hasilnya valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive, yakni pihak internal *Woman Choice* seperti Social Media Specialist, Content Creator, Content Writer, dan Manager Partnership yang secara langsung terlibat dalam penyusunan konten dan strategi komunikasi. Melalui metode ini, peneliti tidak hanya berusaha menggambarkan apa yang tampak, tetapi juga mengungkap nilai, ideologi, dan makna yang tersembunyi di balik praktik komunikasi digital *Woman Choice* yang menyentuh dimensi psikologis, sosial, edukatif, dan ekonomi perempuan muda.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap komunitas *Woman Choice*, peneliti mengkaji bagaimana akun Instagram *@Woman Choice_* dimanfaatkan sebagai ruang pemberdayaan

perempuan melalui strategi komunikasi yang menyentuh berbagai aspek kehidupan perempuan muda. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Woman Choice* tidak hanya menggunakan Instagram sebagai media informasi, melainkan sebagai ruang interaktif yang mendorong dialog, refleksi diri, dan peningkatan kapasitas personal para pengikutnya.

Jenis-Jenis Pemberdayaan Perempuan Melalui Konten Instagram @womachoice_

Komunitas *Woman Choice* melalui akun Instagram @*Woman Choice_* bukanlah sekadar gerakan simbolik atau kampanye visual yang penuh estetika semata. Justru sebaliknya, *Woman Choice* menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan perempuan di media sosial dapat dibangun secara serius, terstruktur, dan berkelanjutan. Konten-konten yang diproduksi secara rutin di platform ini dirancang tidak hanya untuk memberikan informasi, tetapi juga mengusung pesan transformasi yang menyentuh kehidupan perempuan muda dari berbagai sisi baik psikologis, sosial, hingga pendidikan non-akademik. Bukan hanya indah secara visual, tetapi juga kuat dalam makna.

Pemberdayaan psikologis menjadi salah satu jenis pemberdayaan yang paling menonjol dan sering diangkat dalam unggahan @*Woman Choice_*. Lewat tema seperti *self-love*, *self-worth*, hingga pentingnya *self-awareness*, perempuan muda diajak untuk berdamai dengan diri sendiri, mengenali potensi mereka, dan menyadari bahwa kepercayaan diri tidak selalu datang dari hal besar tetapi bisa dimulai dari hal-hal kecil seperti menerima tubuh sendiri atau memakai makeup bukan karena tuntutan, tetapi sebagai bentuk ekspresi diri. Hal ini menunjukkan bahwa *Woman Choice* tidak hanya menawarkan motivasi, tetapi juga membangun kesadaran diri yang mendalam. Seperti yang dikemukakan oleh Vera Pasaribu (2009), pemberdayaan psikologis merupakan proses internal yang mencerminkan orientasi aktif individu terhadap peran yang dijalankannya dalam kehidupan sosial. Dengan menghadirkan ruang digital yang empatik, *Woman Choice* berhasil menciptakan lingkungan yang membuat perempuan merasa aman, dihargai, dan mampu mengambil peran secara sadar dalam kehidupannya.

Tidak berhenti pada aspek psikologis, *Woman Choice* juga menghadirkan pemberdayaan sosial yang kuat. Di sini, media sosial tidak sekadar menjadi etalase digital, tetapi berubah menjadi ruang interaktif dan suportif bagi para pengikutnya. *Woman Choice* memahami bahwa perempuan muda seringkali membutuhkan ruang untuk didengar, bukan hanya diajari. Oleh karena itu, mereka menyelenggarakan program seperti *Let's Talk Girl* yang menjadi forum diskusi terbuka, baik melalui Instagram Live maupun pertemuan langsung di beberapa kota. Dalam program ini, para perempuan tidak hanya menjadi pendengar, tetapi diajak untuk berpartisipasi aktif bercerita, bertanya, dan bahkan memilih tema yang akan dibahas. Gagasan ini sejalan dengan teori Moser (1993) dan pandangan Craig & Mayo dalam Prasjojo (2004) yang menekankan bahwa partisipasi aktif dan solidaritas adalah kunci dalam membangun pemberdayaan sosial. Dengan adanya fitur Q&A, polling, dan diskusi interaktif, *Woman Choice* mampu membentuk ekosistem digital yang tidak hanya komunikatif tetapi juga kolektif sebuah *safe space* digital yang tumbuh atas partisipasi warganya sendiri.

Kemudian, pada aspek pemberdayaan pendidikan non-akademik, *Woman Choice* menunjukkan bagaimana belajar tidak harus selalu berlangsung di ruang kelas dengan papan tulis dan buku catatan. Di era digital ini, proses pembelajaran bisa diakses dari mana saja—bahkan hanya lewat gawai. *Woman Choice* menyadari hal ini dan mengubah platform Instagram mereka menjadi ruang belajar yang fleksibel dan aplikatif. Konten-konten edukatif yang mereka hadirkan sangat relevan dengan kebutuhan perempuan muda masa kini: mulai dari cara mengatur keuangan pribadi, menghadapi *burnout*, menyusun personal branding, hingga membangun kepercayaan diri saat wawancara kerja. Program *First Class* dan *Upgrading* menjadi bukti nyata bahwa pendidikan bisa diakses kapan saja, tanpa batasan geografis. Ini sejalan dengan pemikiran Gradini et al. (2023) yang menyebutkan bahwa pendidikan non-akademik merupakan bagian penting dari proses pemberdayaan karena bentuknya yang inklusif dan mudah dijangkau oleh berbagai kalangan. Dengan kata lain, *Woman Choice* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membuka pintu bagi perempuan muda untuk terus berkembang dan belajar sesuai ritme mereka sendiri.

Secara keseluruhan, *Woman Choice* hadir bukan hanya sebagai akun Instagram yang menyajikan konten estetik dan inspiratif, tetapi juga sebagai aktor digital yang menjalankan pemberdayaan perempuan secara konkret. Mereka menghadirkan model pemberdayaan yang terasa relevan, aktual, dan penuh nuansa empati. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan sekadar sarana komunikasi, tetapi bisa menjadi ruang aktualisasi, edukasi, dan solidaritas selama

dikelola dengan strategi yang matang dan pendekatan yang tepat. Dan *Woman Choice*, sejauh ini, sudah membuktikan hal itu dengan sangat baik.

Pemilihan Platform Instagram Oleh Komunitas *Woman Choice* Untuk Pemberdayaan Perempuan

Pemilihan Instagram oleh komunitas @Woman Choice_ merupakan langkah strategis yang berlandaskan pada pemahaman mendalam terhadap karakteristik dan kebutuhan audiens utamanya, yaitu perempuan muda yang aktif secara digital dan memiliki ketertarikan tinggi terhadap konten visual. Keputusan ini tidak diambil secara sembarangan atau sekadar mengikuti tren, melainkan melalui pertimbangan bahwa Instagram memiliki kemampuan unik dalam menyampaikan pesan visual secara cepat, menarik, dan menjangkau secara luas. Cahyono (2016) menegaskan bahwa media visual seperti Instagram memiliki keunggulan dalam efektivitas komunikasi karena mampu menyampaikan informasi dalam bentuk yang padat namun tetap bermakna.

Instagram menawarkan berbagai fitur yang sangat mendukung komunikasi dua arah dan keterlibatan partisipatif. Woman Choice memanfaatkan fitur seperti Stories, Reels, kolom komentar, hingga sesi Live dan Q&A sebagai sarana untuk menjalin komunikasi langsung dengan para pengikutnya. Praktik ini sesuai dengan pemikiran Mulyana (2000) mengenai pentingnya komunikasi digital yang terbuka, kolaboratif, dan tidak hierarkis. Dengan memfasilitasi interaksi dua arah, Woman Choice menciptakan pengalaman komunikasi yang setara dan partisipatif, di mana audiens merasa didengar, dipahami, dan dilibatkan.

Keterlibatan audiens juga dimaksimalkan dengan memberikan ruang bagi mereka untuk menjadi bagian dari proses produksi konten. Woman Choice sering membagikan kisah-kisah personal pengikutnya, membuka diskusi melalui polling, serta mengajak followers untuk berbagi pandangan atau pengalaman mereka terkait tema tertentu. Ini menunjukkan bahwa Woman Choice tidak memposisikan diri sebagai entitas otoritatif yang memberi instruksi, tetapi sebagai fasilitator percakapan yang tumbuh bersama dengan komunitasnya. Pendekatan ini memperkuat rasa memiliki dan mempererat ikatan emosional antara komunitas dan audiensnya.

Dari sisi visual, Woman Choice secara konsisten membangun identitas visual yang kuat. Mereka menggunakan palet warna yang lembut namun penuh makna, ilustrasi yang inklusif, serta tipografi yang konsisten untuk menciptakan citra yang profesional dan ramah. Strategi ini sesuai dengan konsep komunikasi nonverbal yang dikemukakan oleh Knapp (dalam Jalaluddin, 2009), di mana elemen visual dapat memperkuat pesan emosional dan membentuk persepsi positif dari audiens. Identitas visual ini bukan hanya memperindah tampilan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai yang diusung komunitas: inklusivitas, pemberdayaan, dan solidaritas.

Penggunaan Instagram juga mencerminkan pemahaman Woman Choice terhadap karakteristik media baru sebagaimana diuraikan oleh McQuail (2000), yakni media yang bersifat interaktif, fleksibel, dan mudah diakses. Karakter ini sangat cocok untuk menjangkau generasi muda yang terbiasa dengan teknologi digital dan memiliki preferensi terhadap komunikasi yang responsif. Woman Choice menggunakan algoritma dan fitur Instagram secara strategis untuk meningkatkan jangkauan, memelihara interaksi, dan membangun kehadiran digital yang konsisten.

Selain sebagai sarana penyebaran informasi, Instagram dijadikan oleh Woman Choice sebagai ruang aman digital (*safe space*) bagi perempuan muda untuk berekspresi, belajar, dan saling menguatkan. Dalam ruang ini, perempuan dapat berbagi pengalaman tanpa takut dihakimi, mendapatkan edukasi seputar isu-isu perempuan, serta menjalin koneksi emosional yang bermakna. Safe space ini sangat penting dalam konteks digital yang sering kali masih dipenuhi oleh narasi toksik, standar kecantikan patriarkal, serta ujaran kebencian terhadap perempuan.

Kekuatan Woman Choice juga terletak pada strategi *visual storytelling* penyampaian pesan melalui gambar, video, dan teks yang saling melengkapi. Konten mereka tidak hanya estetis secara tampilan, tetapi juga mengandung nilai-nilai reflektif dan kritis terhadap realitas sosial yang dihadapi perempuan muda. Seperti dikemukakan oleh Rose (2016), citra visual dalam media digital mampu membentuk makna sosial secara signifikan, terutama jika disusun dalam narasi yang relevan dan menyentuh secara emosional.

Lebih jauh, Woman Choice juga mampu menempatkan dirinya dalam ekosistem *networked publics* sebagaimana dijelaskan oleh danah boyd (2010), yaitu komunitas digital yang saling terhubung dan membentuk jaringan interaksi sosial yang dinamis. Dalam konteks ini, Woman Choice tidak

hanya membangun basis pengikut, tetapi juga jaringan solidaritas digital yang berfungsi sebagai ruang kolektif untuk saling belajar, berbagi pengetahuan, dan memperjuangkan nilai-nilai pemberdayaan perempuan secara masif.

Keberhasilan *Woman Choice* memanfaatkan Instagram secara strategis juga mencerminkan penerapan teori pemberdayaan dari Novian (2010), yang menekankan bahwa proses pemberdayaan mencakup pendampingan, penguatan kapasitas, dan penciptaan ruang partisipatif. Tim *Woman Choice* yang terdiri dari content writer, social media specialist, dan desainer visual, memainkan peran sebagai pendamping digital yang memfasilitasi proses belajar dan transformasi perempuan muda melalui komunikasi yang empatik dan relevan.

Dalam kerangka ini, *Woman Choice* menjadikan Instagram lebih dari sekadar media sosial, tetapi sebagai ruang sosial-kultural baru di mana nilai-nilai pemberdayaan diproduksi, disebarluaskan, dan diinternalisasi. Hal ini menegaskan bahwa efektivitas media sosial bukan hanya terletak pada kecanggihan teknologinya, tetapi pada bagaimana platform tersebut digunakan secara strategis, reflektif, dan inklusif untuk tujuan sosial yang lebih besar.

Dengan demikian, *Woman Choice* telah berhasil mentransformasikan Instagram menjadi media pemberdayaan yang komprehensif. Mereka tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun dialog, menciptakan ruang aman, memperkuat identitas visual, dan membentuk komunitas. Sejalan dengan pandangan Kaplan dan Haenlein (dalam Premi, 2016), media sosial akan efektif apabila dimanfaatkan secara personal, terbuka, dan interaktif. *Woman Choice* telah membuktikan bahwa strategi komunikasi digital yang berbasis empati dan partisipasi dapat menjadi fondasi kuat dalam menciptakan perubahan sosial yang nyata, terutama dalam konteks pemberdayaan perempuan di era informasi.

Pesan Komunikasi yang Ada di Platform Instagram *Woman Choice*

Komunitas *@Woman Choice_* tidak hanya menggunakan Instagram sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga membangun strategi komunikasi yang bersifat transformatif. Konten-konten yang mereka hadirkan menyentuh ranah psikologis dan kognitif pengikutnya melalui tema-tema seperti self-love, body positivity, literasi gender, hingga pengembangan diri. Pesan-pesan tersebut dikemas secara visual dengan estetika khas, bahasa ringan, dan narasi yang relatable, sehingga audiens merasa dekat dan tidak digurui. Hubungan emosional yang terbangun membuat para pengikut tidak hanya menjadi pembaca pasif, tetapi juga merasa dipahami dan terlibat secara emosional.

Dalam praktiknya, *Woman Choice* tidak menerapkan komunikasi satu arah. Mereka memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti polling, komentar, hingga sesi Q&A untuk membuka ruang dialog dengan pengikutnya. Hal ini menjadikan para audiens bukan sekadar penerima informasi, melainkan juga kontributor aktif dalam proses pembentukan makna. Pendekatan partisipatif ini mencerminkan komunikasi yang setara dan kolaboratif, yang membuat *Woman Choice* lebih dari sekadar akun edukatif melainkan menjadi komunitas digital yang hidup dan dinamis.

Strategi ini sejalan dengan teori pemberdayaan dari Novian (2010), yang menekankan pentingnya pendampingan dan proses edukatif dalam pemberdayaan. Tim konten *Woman Choice*, seperti Content Writer dan Social Media Specialist, berperan sebagai pendamping digital yang menyusun narasi secara empatik, berdasarkan kebutuhan dan pengalaman nyata perempuan muda. Dengan cara ini, proses pemberdayaan berlangsung secara personal namun tetap masif, memungkinkan audiens merasa didampingi secara emosional dalam proses tumbuh dan berdaya.

Selain itu, *Woman Choice* juga menjalankan fungsi media digital sebagaimana diungkapkan oleh Cahyono (2016) dan Mulyana (2000). Cahyono melihat Instagram sebagai media yang efektif secara visual dan cepat dalam menyampaikan pesan, sedangkan Mulyana menekankan pentingnya komunikasi digital yang terbuka dan bersifat setara. *Woman Choice* mengimplementasikan kedua pandangan ini melalui konsistensi visual yang estetik serta interaksi sosial yang egaliter, menciptakan ruang digital yang aman, fleksibel, dan penuh empati.

Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bahwa *Woman Choice* telah berhasil mentransformasikan Instagram menjadi ruang pemberdayaan yang utuh. Mereka tidak hanya menampilkan visual simbolik, tetapi juga membangun narasi kritis dan kolaboratif yang berasal dari suara komunitasnya sendiri. Hal ini membedakan mereka dari sebagian besar organisasi perempuan lain yang masih menggunakan media sosial sebagai alat promosi belaka. *Woman Choice* menunjukkan bahwa kekuatan media sosial terletak pada kemampuannya menciptakan ruang tumbuh Bersama

tempat perempuan muda bisa belajar, berbicara, dan saling menguatkan.

Lebih lanjut, penting untuk melihat bahwa pesan-pesan yang dikembangkan oleh Woman Choice tidak hanya bersifat situasional, tetapi juga bersifat strategis dan berkelanjutan. Narasi yang dibangun mencerminkan pemahaman mendalam terhadap psikologi audiens serta kesadaran akan dinamika sosial budaya yang dihadapi oleh perempuan muda Indonesia saat ini. Alih-alih menyampaikan pesan-pesan secara normatif atau menggurui, Woman Choice memilih pendekatan yang reflektif, membiarkan audiensnya melakukan proses interpretasi dan internalisasi secara mandiri namun tetap dalam kerangka dukungan yang empatik.

Kehadiran pesan-pesan visual yang konsisten, seperti kutipan motivasional, ilustrasi tubuh perempuan dengan berbagai bentuk, atau ekspresi diri yang merayakan keberagaman, menunjukkan bahwa Woman Choice menyadari kekuatan simbol dalam membentuk persepsi dan sikap. Hal ini diperkuat oleh teori komunikasi simbolik dari Mead (1934), yang menyatakan bahwa makna dibentuk melalui interaksi sosial dan penggunaan simbol tertentu yang dipahami bersama. Dalam konteks ini, Woman Choice tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk kesadaran sosial baru melalui simbol-simbol visual yang inklusif dan afirmatif.

Dari sisi linguistik, penggunaan bahasa yang ringan, personal, dan tidak mengintimidasi menjadi kekuatan utama Woman Choice dalam menjangkau audiens. Mereka secara cermat memilih diksi yang hangat, bersahabat, namun tetap bermakna kritis. Strategi ini membuat isu-isu kompleks seperti patriarki, kesehatan mental, atau relasi kuasa dapat diterima dengan lebih mudah oleh perempuan muda yang mungkin belum familiar dengan istilah akademik. Pesan disampaikan secara bertahap, mendalam, dan mengalir melalui percakapan sehari-hari di kolom komentar, balasan story, atau sesi tanya jawab yang bersifat inklusif.

Selain itu, Woman Choice juga menyesuaikan ritme komunikasinya dengan dinamika algoritma Instagram. Dengan memahami waktu unggahan terbaik, preferensi konten audiens, serta tren digital yang sedang berkembang, mereka dapat menjaga relevansi sekaligus meningkatkan jangkauan pesan-pesan pemberdayaan. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa Woman Choice tidak hanya berpikir dari sisi konten, tetapi juga memadukannya dengan strategi teknis agar pesan mereka dapat tersampaikan secara optimal di tengah kompetisi konten yang sangat tinggi di media sosial.

Kekuatan Woman Choice terletak pada kemampuannya merancang komunikasi yang emosional dan rasional secara seimbang. Dalam satu unggahan, misalnya, mereka bisa menampilkan gambar yang menggugah emosi disertai caption yang mengandung informasi edukatif dan reflektif. Pendekatan semacam ini menciptakan pengalaman media yang menyeluruh, di mana audiens tidak hanya melihat dan membaca, tetapi juga merasa, berpikir, dan terdorong untuk bertindak.

Dengan demikian, Woman Choice telah membentuk ekosistem komunikasi digital yang terstruktur namun tetap humanis. Mereka tidak hanya hadir sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai fasilitator percakapan, pendamping proses refleksi, dan pemantik transformasi sosial. Keseluruhan strategi ini menunjukkan bahwa media sosial, ketika dikelola dengan pendekatan yang tepat, dapat menjadi medium komunikasi yang progresif, edukatif, dan sangat berdampak dalam mendukung pemberdayaan perempuan secara holistik.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @Woman Choice_ berhasil memanfaatkan media sosial secara strategis sebagai platform pemberdayaan perempuan muda. Pemberdayaan yang dilakukan tidak bersifat tunggal, melainkan mencakup tiga dimensi utama: psikologis, sosial, dan pendidikan non-akademik. Ketiga aspek tersebut disusun secara terencana dan dituangkan melalui konten digital yang relevan dengan kehidupan nyata perempuan muda, baik dari segi kebutuhan emosional maupun persoalan sehari-hari yang mereka hadapi.

Pemilihan Instagram sebagai media utama dalam proses pemberdayaan ini bukan tanpa alasan. Karakter visual, interaktif, dan partisipatif dari platform ini terbukti selaras dengan kebiasaan digital generasi muda perempuan masa kini. Woman Choice dengan cermat mengoptimalkan berbagai fitur seperti story, carousel, reels, hingga interaksi di kolom komentar, untuk menciptakan ruang digital yang aktif, terbuka, dan inklusif. Ruang ini tidak hanya berfungsi sebagai media edukasi, tetapi juga sebagai tempat berinteraksi dan membangun solidaritas antarperempuan. Juga pesan-pesan yang

disampaikan oleh *Woman Choice* bukan hanya menyajikan informasi, melainkan dirancang secara transformatif. Pendekatan naratif dan visual yang digunakan mampu menciptakan ikatan emosional dengan audiens, memperkuat rasa percaya diri, serta menegaskan pentingnya identitas dan peran perempuan dalam masyarakat. Komunikasi yang dibangun tidak sekadar menyampaikan konten, tetapi juga menghidupkan pengalaman dan dialog yang membangun kesadaran serta keberdayaan secara kolektif.

Dengan pendekatan yang menyentuh aspek kognitif dan afektif audiens, *Woman Choice* telah membuktikan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai ruang pemberdayaan yang lebih dari sekadar kanal distribusi informasi. Platform ini berubah menjadi tempat yang aman dan produktif, di mana perempuan muda dapat belajar, berekspresi, dan mengembangkan potensi diri secara lebih utuh.

Keseluruhannya, akun Instagram *@Woman Choice_* menjadi bukti nyata bahwa media sosial dapat diubah menjadi media pemberdayaan yang efektif, strategis, dan berkelanjutan. Tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, media sosial di tangan komunitas yang peduli dan terorganisir dapat menjadi wadah transformasi sosial yang memberdayakan, khususnya bagi kelompok-kelompok rentan seperti perempuan muda di era digital.

Ucapan Terimakasih

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga proses penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Dr. Rini Rinawati., Dra.M.Si., atas bimbingan, kesabaran, dan arahnya selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada kedua orang tua tercinta atas segala bentuk dukungan, doa, dan semangat yang tak ternilai selama menjalani proses ini..

Daftar Pustaka

- Alghozy, R. (2020). *Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Digital Pemerintah*. Jurnal Komunikasi Publik, 12(1), 55–63.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Rineka Cipta.
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Publiciana, 9(1), 140–157.
- Gradini, R. A., Putri, N. S., & Indriyani, Y. (2023). *Pendidikan Non-Formal dalam Pemberdayaan Perempuan di Era Digital*. Jurnal Pendidikan dan Sosial, 15(2), 103–114.
- Jalaluddin, R. (2009). *Psikologi Komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), 59–68.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory* (4th ed.). Sage Publications.
- Moser, C. O. N. (1993). *Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training*. Routledge.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Novian, M. D. (2010). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Komunikasi Partisipatif*. Jurnal Komunikasi Sosial, 2(1), 45–56.
- Pasaribu, V. (2009). *Pemberdayaan Perempuan dalam Perspektif Psikologi Sosial*. Jurnal Psikologi, 7(1), 34–42.
- Premi, D. A. (2016). *Efektivitas Media Sosial dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal Media dan Komunikasi, 8(2), 77–85.
- Prasojo, E. (2004). *Teori dan Praktik Pemberdayaan Masyarakat*. Gadjah Mada University Press.
- Sulistiyani, A. T. (2004). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Gava Media.
- We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>