

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan internasional saat ini menjadi sorotan bagi negara-negara di dunia. Terjadinya globalisasi yang mengakibatkan adanya perkembangan di berbagai sektor ini menjadi salah satu hal yang harus dikuasai dan diadaptasi oleh negara-negara di dunia. Hubungan internasional yang pada awalnya hanya berpusat kepada penyelesaian perang antar kedua negara kini isu-isu yang ada semakin luas. Adapun isu maupun persoalan yang menjadi sorotan yaitu dari berbagai aspek seperti hak asasi manusia, gender, lingkungan, dan lain sebagainya. Salah satu isu yang menjadi topik yang belakangan ini menjadi fokus dari berbagai negara di dunia adalah mengenai gender.

Gender merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan mengenai sifat perempuan maupun laki-laki tentang norma, peran, hubungan antar kelompok yang dibangun melalui konstruksi sosial mengenai stigma perbedaan peran, perilaku, aktifitas, hingga penggunaan pakaian bagi laki-laki maupun perempuan (Azizah, 2017). Gender juga dapat dipahami sebagai bentuk budaya tentang maskulinitas dan feminisme.

Di mana pada masa sekarang ini, kita masih terpaku dan terbawa oleh konstruksi sosial yang ada mengenai gender, contohnya adalah perempuan dianggap lemah sedangkan laki-laki dianggap kuat, warna-warna gelap seperti hitam, cokelat, biru tua identik dengan laki-laki, sedangkan warna-warna cerah seperti merah muda, kuning, hijau identik dengan perempuan dalam menggunakan pakaian berwarna, sedangkan dalam hal

rumah tangga dan pekerjaan laki-laki sebagai kepala keluarga, mencari nafkah, perempuan sebagai ibu rumah tangga.

Hal ini yang menjadikan adanya ketimpangan kekuasaan yang terjadi antara laki-laki dan perempuan. Permasalahan mengenai perbedaan gender tidak akan menjadi isu internasional dan menjadi *concern* setiap negara di dunia ini jika saja tidak melahirkan ketidakadilan gender. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa konstruksi sosial membawa perbedaan gender yang timpang, di mana ketidakadilan terjadi baik bagi laki-laki maupun perempuan.

Tercatat dalam *Gender Inequality Index* rata-rata jumlah ketimpangan gender di dunia mencapai 0,436 pada tahun 2019 secara keseluruhan gabungan dari berbagai negara. Hal itu masih terbilang angka yang tinggi di mana masih banyak dari negara-negara yang ada di dunia ini mempunyai masalah mengenai ketidaksetaraan gender. Akibat dari ketidaksetaraan gender ini membawa kasus-kasus seperti kekerasan terhadap perempuan juga turut menjadi naik, di mana 1 dari 3 perempuan di dunia setidaknya satu kali pernah menjadi subjek kekerasan baik secara fisik maupun seksual pada umur 15 tahun.

Selain itu juga faktor yang mengakibatkan terjadinya ketidaksetaraan gender adalah perbandingan peran dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Hal itu membuat terjadinya pertentangan dari banyak pihak yang merasa dirugikan dan memperlihatkan dengan jelas adanya ketidakadilan gender.

Dalam memperjuangkan kesetaraan gender di dunia internasional, Perserikatan Bangsa-Bangsa membentuk badan-badan khusus yang bertujuan untuk

melindungi kesejahteraan dan perempuan, serta menangani kasus gender seperti *United Nations Women (UN Women)*. *UN Women* sendiri mendukung secara langsung negara-negara anggota untuk mencapai standar global dalam kesetaraan gender dengan melakukan kerja sama dengan pemerintah dan masyarakat untuk menerapkan standar untuk perempuan di seluruh dunia melalui program-program yang telah ditentukan, salah satu programnya yaitu kampanye *HeForShe*.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi kampanye *HeForShe UN Women* dalam mewujudkan kesetaraan gender?

1.3 Kerangka Berpikir

1.3.1. Organisasi Internasional

Menurut Clive Archer dalam bukunya yang berjudul '*International Organizations*', organisasi internasional merupakan sebuah wadah yang didirikan atau dibentuk atas kesepakatan anggota-anggotanya baik dari pemerintah maupun non pemerintah yang terdiri dari dua atau lebih negara untuk mempermudah negara-negara di dunia ini dalam berkomunikasi maupun bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama (Archer, 2015). Namun bukan hanya antar negara saja, melalui organisasi internasional, negara dapat berkomunikasi dan bekerja sama dengan individu, maupun sebaliknya. Bahkan antar individu satu negara dengan negara lain. Selain aktornya, organisasi internasional juga terbentuk di berbagai bidang seperti ekonomi, sosial budaya, keamanan, dan lain sebagainya. Organisasi Internasional juga dinilai dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan global.

Organisasi internasional tidak luput dari peranannya, peranan organisasi internasional dibagi menjadi tiga kategori yaitu

- a. Sebagai instrumen, peran organisasi internasional ini digunakan oleh negara-negara anggotanya untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan politik luar negerinya.
- b. Sebagai arena, peran ini menjadikan organisasi internasional merupakan tempat bertemunya anggota untuk membicarakan dan membahas masalah yang dihadapi. Dalam hal ini negara anggota menggunakan organisasi internasional sebagai platform mengungkapkan masalah apa yang terjadi di negaranya agar menjadi sorotan internasional
- c. Sebagai aktor independen, di mana organisasi internasional dapat membuat dan merumuskan keputusan-keputusan sendiri tanpa dipengaruhi oleh kekuasaan maupun paksaan dari luar organisasi (Perwita dan Yuni, 2005).

Berdasarkan pemaparan yang ada, sesuai dengan perannya masing-masing, organisasi internasional turut andil dalam mengambil peranan dalam berbagai permasalahan-permasalahan yang terjadi di dunia global saat ini, yang salah satunya adalah mengenai kesetaraan gender. *UN Women* secara signifikan sebagai organisasi internasional berfungsi membantu negara-negara di dunia dalam mewujudkan kesetaraan gender (*gender equality*) melalui program-programnya yang telah dirumuskan dan diimplementasikan oleh negara-negara anggotanya (UN WOMEN, 2021).

1.3.2. Transnational Advocacy Network (TAN)

Jaringan advokasi lintas negara atau biasa dikenal sebagai *Transnational Advocacy Network* merupakan jaringan aktivitas advokasi yang melibatkan aktivis dari berbagai kalangan baik dari dua atau lebih negara yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama. Jaringan ini biasanya berperan sebagai kelompok penekan yang mana target dari TANs sendiri berupa kebijakan di suatu negara maupun organisasi internasional seperti PBB, IMF, World Bank, dan yang lainnya. *Transnational Advocacy Network* melakukan advokasi untuk isu-isu hak asasi manusia, hak perempuan maupun lingkungan. Jaringan advokasi ini berperan sebagai kelompok penekan (*pressure group*) terhadap isu atau kebijakan yang tidak sesuai dengan tujuannya (Azizah, 2014).

Transnational Advocacy Network mempunyai peran penting dalam mempengaruhi kepentingan dan kebijakan suatu negara. Menurut Keck and Sikkink konsep *Transnational Advocacy Network* ini dibagi kedalam tujuh aktor utama yaitu *non-governmental organizations* (NGOs) baik lokal maupun internasional, gerakan sosial tingkat lokal, yayasan dan media, organisasi keagamaan, pelaku aktivitas perdagangan dan peneliti, badan eksekutif atau parlemen dari suatu pemerintahan, serta bagian dari organisasi regional dan antarpemerintah. Dari banyaknya aktor utama ini, dalam pelaksanaannya membentuk jaringan dapat terdiri dari beberapa aktor saja. Pemerintah, pelaku aktivitas, serta *local social movement* merupakan aktor yang memiliki peran penting dalam konsep ini. Strategi dalam mengubah perilaku negara. Terdapat empat cara yaitu

1. *Information politics*, untuk memobilisasi informasi politik secara cepat dan tepat berguna untuk menggerakkan target dan mengirimkan informasi.
2. *Symbolic politics*, kemampuan untuk menggunakan simbol, melalui tindakan atau narasi yang diceritakan mengenai situasi yang sedang dialami dalam rangka menarik perhatian masyarakat lain.
3. *Leverage politics*, kemampuan untuk mengumpulkan para aktor yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat luas.
4. *Accountability politics*, upaya untuk mendorong aktor yang memiliki kekuatan lebih kuat bertindak sesuai dengan kebijakan yang telah dibuat (Keck & Sikkink, 1999).

Upaya *Transnational advocacy network* yang dilakukan oleh kampanye *HeForShe UN Women* yaitu dengan yang pertama *Information politic*, memberikan informasi melalui website *HeForShe.org* yang terus diperbaharui secara aktual, selain itu juga bekerja sama dengan *Publicis Dallas* sebagai media partner yang mengatur dan mengembangkan iklan melalui media sosial seperti *Twitter* dan *Facebook*. Kedua *Symbolic politic*, membentuk logo dengan menggunakan ikon tradisional gender dengan kombinasi warna magenta sebagai simbol, warna magenta dipilih karena terlihat cerah dan berani, serta *colour stereotype* yang sudah mulai memudar ketika laki-laki mulai mengidentifikasi dan bergabung dengan isu-isu yang lebih erat terkait dengan wanita, penunjukkan *brand ambassador* sebagai ikon untuk menyebar luaskan kampanye *HeForShe*, *Emma Watson* merupakan seorang aktris dengan pengikut yang banyak di mana pada tahun 2014 berjumlah 14 setengah juta di sosial mediana, yang percaya dan peduli pada kesetaraan gender antara laki-laki

dan perempuan. Ketiga, *Leverage politic*, melibatkan para pemimpin laki-laki seperti Obama (presiden Amerika pada saat itu), Ban Ki Moon (Sekretaris Jenderal UN), Presiden *General Assembly*, Bill Gates, Babatunde Osotimehin dan para pemimpin lainnya untuk menciptakan perubahan yang tidak dapat diubah oleh masyarakat. Keempat, *Accountability politic*, dengan melibatkan pengambil keputusan baik dari pemerintah, perusahaan, dan universitas di seluruh dunia salah satunya dengan melalui IMPACT 10x10x10 untuk mengubah kebijakan dan implementasi kerja IMPACT 10x10x10 sendiri dalam mewujudkan kesetaraan gender.

1.4 Hipotesa

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka Strategi kampanye *HeForShe UN Women* dalam mewujudkan kesetaraan gender dilakukan dengan

1. *Information politic*, memberikan informasi melalui website dan dengan menggandeng Publicis Dallas sebagai media *partner* pengembangan iklan di berbagai sosial media mengenai pentingnya kesetaraan gender.
2. *Symbolic politic*, penggunaan ikon tradisional gender dan brand ambassador sebagai simbol kampanye
3. *Leverage politic*, melibatkan para pemimpin laki-laki untuk menciptakan perubahan yang tidak dapat diubah dalam masyarakat.
4. *Accountability politic*, menuntut perubahan kebijakan dalam kesetaraan gender baik di institusi pemerintah maupun non pemerintah (swasta).

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kualitatif di mana dengan

mengumpulkan data berupa studi pustaka melalui data sekunder dari artikel-artikel jurnal, buku maupun *e-book*, *report*, dan berita-berita dengan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Sedangkan teknik analisa yang digunakan penelitian ini bersifat deskriptif analisis, dengan menggambarkan peristiwa dengan berbagai fakta dan argumen yang relevan dengan penelitian.

1.6 Jangkauan Penelitian

Dalam pembahasan penelitian ini, penulis mengambil jangkauan tahun 2014 sampai dengan tahun 2021 dalam menjelaskan peran advokasi transnasional yang dilakukan kampanye *HeForShe UN Women*. Tahun 2014, tepatnya bulan September merupakan tahun di mana kampanye HeForShe diluncurkan, dan dalam kurun waktu tersebut banyak melakukan gerakan-gerakan yang *massive* hingga saat ini.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB 1 merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka berpikir, metodologi penelitian, hipotesa, jangkauan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 berisi tentang gambaran umum mengenai profil *United Nations Women* yang mencakup sejarah terbentuknya, tujuan dan tugas, serta program kerja dan ditambah mengenai permasalahan gender yang menjadi fokus *UN Women*

BAB 3 berisi analisis mendalam mengenai kampanye *HeForShe* dan strategi kampanye *HeForShe* dalam mewujudkan kesetaraan gender dan hasil capaian dari kampanye tersebut

BAB 4 menjadi bab penutup yang berisi mengenai kesimpulan dari bab sebelumnya yang telah dibahas oleh penulis.