

MEDIA SOSIAL DAN CITRA PEREMPUAN LOKAL: ANALISIS REPRESENTASI GENDER DALAM PROMOSI WISATA BIRA

Dandi Purnama¹, Sashi Kirana H², Sri Wahdayanti³, Andi Octamaya Tenri Awaru⁴

¹²³⁴Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Makassar

Email: dandipurnamaofc@gmail.com¹, sashikiranah5451@gmail.com²,
wahdayanti30@gmail.com³, a.octamaya@unm.ac.id⁴

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji representasi gender perempuan lokal dalam promosi wisata Bira melalui media sosial, dengan fokus pada bagaimana citra perempuan ditampilkan dan bagaimana hal ini sesuai dengan peran nyata mereka dalam kehidupan budaya dan ekonomi lokal. Metode kualitatif studi kasus digunakan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi pada masyarakat dan pelaku wisata di Bira. Hasil menunjukkan bahwa media sosial menonjolkan perempuan sebagai aset estetis dan ekonomi, menampilkan mereka sebagai ikon keramahan dan pelestari budaya, namun sering menyederhanakan peran perempuan dan memperkuat stereotip gender, mengabaikan kontribusi sosial-ekonomi yang lebih luas di sektor informal sesuai norma budaya konservatif. Visualisasi ini menggabungkan kecantikan fisik dengan daya tarik destinasi wisata, sehingga mendorong minat wisata dan memperkuat standar kecantikan feminin. Penelitian ini memberikan kontribusi untuk kajian sosiologi pariwisata dan gender serta menjadi bahan evaluasi agar pengelola wisata lebih sensitif terhadap isu gender dalam promosi wisata.

Keyword: representasi gender, promosi wisata, perempuan lokal

ABSTRACT

This study examines the gender representation of local women in Bira tourism promotion through social media, focusing on how women's images are presented and how this aligns with their actual roles in local cultural and economic life. A qualitative case study method was used, using interviews, observations, and documentation with community members and tourism practitioners in Bira. Results indicate that social media emphasizes women as aesthetic and economic assets, portraying them as icons of cultural preservation and conservation. However, this often permeates women's roles and reinforces gender stereotypes, neglecting their broader socioeconomic contributions in the informal sector, consistent with cultural conservation norms. This visualization conflates physical beauty with the attractiveness of the tourist destination, thus stimulating tourism interest and reinforcing feminine beauty standards. This research contributes to the study of the sociology of tourism and gender and provides a basis for evaluation to help tourism managers become more sensitive to gender issues in tourism promotion.

Keywords: gender representation, tourism promotion, local women

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua puluh tahun terakhir, telah mengubah mekanisme pemasaran destinasi pariwisata, dari model top-down tradisional, seperti iklan televisi, brosur, dan biro perjalanan, menuju ekosistem digital yang didominasi oleh media sosial. Media sosial sekarang lebih dari sekadar media distribusi, tetapi berkembang menjadi ruang publik di mana representasi visual dan naratif dibuat, didistribusikan, dan dinegosiasikan secara langsung (de las Heras-Pedrosa et al., 2020). Hal tersebut tercermin pada tingginya angka populasi pengguna media sosial di Indonesia.

Menurut We Are (Social, 2025) dalam laporannya Digital Report Indonesia 2025, hingga Februari 2025 pengguna media sosial di Indonesia berada pada angka 143 juta orang. Angka ini menempatkan Indonesia di posisi ketiga terbesar di kawasan Asia Pasifik dan terbesar di Asia Tenggara. Dari angka tersebut 45,9 % merupakan

pengguna wanita dan 54,1 % merupakan pengguna pria.

Memasuki era digital, isu gender pun mulai masuk ke ranah digital. Gender merupakan serangkaian karakteristik dan sifat yang secara sosiokultural dilekatkan kepada laki-laki dan perempuan. Gender bukan merupakan sesuatu yang sifatnya biologis melainkan seperangkat sifat dan kebiasaan yang dikonstruksi oleh masyarakat dan dilekatkan pada jenis kelamin biologis. Perempuan dilekatkan dengan sifat-sifat feminin seperti lemah, mudah menangis, tidak logis dan lain sebagainya (Putri, 2021).

Di Indonesia, dominasi patriarki yang sangat melekat dan mengakar erat dalam struktur masyarakat memperkuat hal tersebut. Pandangan terhadap perempuan yang negatif, justifikasi, pemberian atribut, perempuan sebagai objek seks dan fantasi seksual laki-laki dalam media visual. Perempuan dijustifikasi dari bentuk tubuh yang justru semakin menegaskan bahwa perempuan masih menjadi objek dalam media (Prihantini et al., 2024).

Representasi perempuan dalam media promosi pariwisata dibentuk melalui konstruksi visual yang simplistik dan reduktif, dimana perempuan ditempatkan sebagai objek estetika ketimbang sebagai subjek sosial yang memiliki agensi. Pola visual perempuan yang ditempatkan sebagai objek seksual dan estetis memperkuat stereotip gender dan subordinasi. Pola tersebut beroperasi melalui penonjolan tubuh dan pose feminim yang dianggap menarik secara komersil, namun mengabaikan posisi sosial dan kontribusi kultural perempuan dalam masyarakat.

Dalam ruang pariwisata, perempuan hanya sebagai ikon visual yang dibatasi oleh norma gender dan tugas tertentu, sehingga tidak memiliki akses setara ke ruang pengambilan keputusan. Hal ini menutupi kenyataan sosial bahwa perempuan lokal berada pada posisi subordinat dalam struktur ekonomi pariwisata (Widiastuti, 2018). Citra yang ditampilkan dalam media tidak hanya gagal menggambarkan realitas, tetapi juga mereproduksi ketimpangan dengan menggeser perempuan dari posisi aktor sosial menjadi sekedar ornamen budaya.

Pola yang konsisten di media sosial terkait unggahan media cenderung memperkuat ideologi gender dominan yang menempatkan perempuan sebagai objek pemanis dan visual attractiveness. Hal tersebut memberikan penguatan bahwa media mengabaikan kompleksitas peran perempuan di ruang sosial dan budaya lokal serta menciptakan jarak antara citra ideal yang diproyeksikan di media dan realitas hidup perempuan sesungguhnya (Putri, 2021). Kawasan pariwisata Bira sebagai salah satu destinasi unggulan dengan promosi yang masif, menjadi arena rentan pada peran perempuan dan representasi yang ditampilkan di media.

Beberapa studi sebelumnya telah memberikan gambaran terkait fenomena tersebut. Sejumlah studi menemukan bahwa representasi perempuan di media digital umumnya berorientasi estetika, memperkuat stereotip feminin, dan mengobjektifikasi tubuh perempuan (Prihantini, 2024; Putri, 2021; Widiastuti, 2018). Namun, ketiga studi tersebut belum secara spesifik bagaimana citra perempuan lokal dikonstruksi dalam promosi wisata berbasis media sosial. Oleh karenanya urgensi penelitian ini terletak pada citra

perempuan lokal yang dikonstruksi dalam promosi pariwisata di media sosial khususnya wisata Bira.

Atas urgensi penelitian tersebut, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan besar untuk dijawab, (1) bagaimana Persepsi Masyarakat dan Pelaku Wisata Terkait Citra Perempuan Lokal Yang Ditampilkan Dalam Promosi Wisata Bira Di Media Sosial, (2) bagaimana Kesesuaian Peran Perempuan Antara Yang Dipromosikan di Media Sosial dengan Peran Nyata Mereka dalam Kehidupan Dan Budaya Lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat dan pelaku wisata terkait citra perempuan dalam promosi wisata bira di media sosial serta menjelaskan kesesuaian peran perempuan yang ditampilkan di media sosial dan kehidupan sehari-hari.

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya kajian sosiologi pariwisata khususnya gender dan media terkait citra perempuan dalam media sosial. Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dan bahan evaluasi kepada pengelola wisata agar lebih sensitive gender dan tidak mereduksi peran perempuan dalam dunia pariwisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena stereotip gender di media sosial dalam promosi wisata. Studi kasus juga merupakan pendekatan yang efektif untuk mempelajari gender karena memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika secara keseluruhan (Emzir, 2010). Data deskriptif dari subjek yang diamati dihasilkan dari metode ini, yang dilakukan melalui serangkaian proses seperti wawancara dan observasi untuk pengumpulan data.

Studi ini dilakukan di Kawasan Wisata Bira Bulukumba, hal ini didasarkan karena bira merupakan salah satu wisata unggulan di Sulawesi Selatan dengan promosi yang massif di media sosial. Subjek penelitian ini yaitu masyarakat dan pelaku wisata. Berdasarkan standar tertentu, pemilihan informan dilakukan melalui teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel dari berbagai sumber data berdasarkan faktor-faktor tertentu,

seperti masyarakat dan pelaku wisata yang pernah menyaksikan promosi wisata Bira di media sosial (Asrullah et al., 2023).

Wawancara, dokumentasi, dan observasi adalah Teknik pengumpulan data yang digunakan. Member check sebagai bentuk verifikasi temuan untuk menjaga keabsahan data. Sementara itu, analisis data mencakup proses kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang diteliti (Susanto et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Untuk mengidentifikasi hasil wawancara dibutuhkan tabel tematik yang dibuat untuk memudahkan penyajian hasil wawancara lapangan secara terstruktur, sehingga pembaca dapat dengan mudah mengidentifikasi dan memeriksa pola-pola data yang berkaitan dengan representasi gender dalam promosi wisata Bira. Dalam konteks ini, tabel tematik memungkinkan pembaca untuk memahami faktor-faktor yang mendorong serta yang membentuk citra perempuan lokal di media sosial.

Penyajian data dalam bentuk tabel tematik membantu menyajikan hubungan antara variabel dan tema utama secara sistematis, mempermudah analisis kritis tentang bagaimana perempuan lokal direpresentasikan di media sosial dan bagaimana citra tersebut dipengaruhi oleh norma budaya, sosial, dan praktik setempat. Pendekatan ini juga memfasilitasi validasi temuan penelitian dengan memberikan gambaran yang jelas dan mudah direview mengenai dinamika representasi perempuan dalam konteks promosi pariwisata.

Data dari hasil wawancara dan observasi kemudian dikelompokkan menjadi 2 dengan menyesuaikan rumusan masalah penelitian, yaitu

Tabel 1.1. Persepsi Masyarakat dan Pelaku Wisata Terkait Citra Perempuan Lokal Yang Ditampilkan Dalam Promosi Wisata Bira Di Media Sosial

Keterangan:

BP : Bentuk Persepsi

IK : Indikator Kunci

KW : Kutipan Wawancara

I : Informan

[illegible]

			"istri saya disini biasa yg jaga warung kalo ada mau rebus mie atau dibikinkan kopi"	
3	pengaruh visual media sosial,	persepsi sosial mengenai pengaruh media sosial dalam membentuk citra ideal perempuan.	"saya biasa lihat di status Wa nya teman ku"	H. D Y. N
			"Kalo di instagr am itu banyak biasa, apalagi kalo foto fotony a, cantik2 tong, jd mau tongki sedding kesini"	

Lokal Yang Ditampilkan Dalam Promosi Wisata Bira Di Media Sosial

Media sosial dimanfaatkan untuk menonjolkan sisi autentik perempuan lokal yang berkontribusi pada sektor pariwisata, Pelaku wisata memandangi citra perempuan lokal yang ditampilkan di media sosial sebagai aset penting dalam menarik wisatawan, terutama melalui representasi perempuan yang memperlihatkan keramahan, keindahan, dan peran pelestarian budaya lokal. Namun, persepsi juga mengandung tantangan, yakni kekhawatiran bahwa citra perempuan di media sosial bisa terlalu terfokus pada penampilan fisik, yang dapat mengaburkan peran penting perempuan dalam aspek sosial budaya dan ekonomi yang lebih luas. Oleh karena itu, ada beberapa persepsi yang hadir terkait hal tersebut, diantaranya:

1) Persepsi Daya Tarik Emosional

Dalam membentuk daya tarik melalui emosi autentisitas menunjukkan rasa aman dan kedekatan budaya dari interaksi dengan perempuan lokal. Melalui hasil observasi dan pengamatan serta wawancara mendalam. Dalam berbagai fenomena termasuk dengan

Pembahasan.

A. Persepsi Masyarakat dan Pelaku Wisata Terkait Citra Perempuan

fenomena ini, Wisatawan merasakan autentisitas dari representasi perempuan yang menunjukkan identitas budaya unik, seperti pemakaian penutup kepala (Hijab), yang membangkitkan kekaguman sekaligus menguatkan pengetahuan budaya mereka. Hal ini menciptakan ikatan emosional positif yang mendukung citra destinasi sebagai tempat yang mempertahankan kearifan lokal dalam era digital modern. Penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian relevan salah satunya (Wafda Syukrannisa, 2019) menjelaskan bahwa empati, daya tanggap, dan jaminan pelayanan lokal yang mencerminkan kenyamanan emosional wisatawan terhadap *housekeeping* perempuan lokal serta kekaguman autentisitas budaya Bugis-Makassar, kontras dengan ketegangan gender patriarkal, sehingga memperkuat loyalitas dan rekomendasi ulang destinasi.

2) Peran Media Sosial dalam Promosi Destinasi Wisata Melalui Visualisasi Daya Tarik Estetis.

Media sosial merupakan platform digital interaktif berbasis komputer yang memungkinkan

pembentukan serta penyebaran informasi, gagasan, minat, dan berbagai ekspresi lainnya melalui komunitas virtual serta jaringan daring. (Sapty Rahayu et al., 2019). Media sosial dalam konteks promosi wisata adalah platform digital interaktif seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* yang memungkinkan pembagian konten visual (foto/video) pengalaman wisatawan secara *real-time* untuk membangun citra destinasi, menarik minat baru melalui *user-generated content* (Konten Buatan Pengguna, Konten Buatan Pelanggan, atau Konten Buatan Konsumen) dan memperkuat loyalitas emosional melalui interaksi langsung seperti unggahan autentik perempuan lokal Bira (*housekeeping*, pedagang) yang menciptakan kekaguman budaya Bugis-Makassar dan kenyamanan pelayanan, kontras ketegangan gender patriarkal.

Promosi wisata banyak bergantung pada peran media sosial, dalam hasil wawancara, kami menemukan beberapa respon dari informan yang menguatkan bahwa konten media sosial seperti Facebook dan TikTok meningkatkan citra destinasi wisata Bira melalui visualisasi

estetis yang menarik, di mana foto-foto pantai yang indah menciptakan persepsi positif dan memotivasi kunjungan wisatawan dengan menonjolkan keunikan alam lokal.

Hal ini meningkatkan daya tarik untuk mengunjungi wisata. Hal ini juga tentunya berkaitan dengan perempuan lokal, bagaimana pengelolaan manfaat dan budaya membuat ketertarikan untuk datang semakin tinggi. Representasi gender yang menunjukkan peran peran seperti pedagang lokal, pembuat sarung, dan sebagainya membentuk citra destinasi melalui stereotip keramahan dan autentisitas budaya.

Selain itu, daya tarik visual dan emosional juga di kaitkan, ketika dimana mengunggah konten terkait wisata dan membagikan ke berbagai platform termasuk Whatsapp dapat menarik daya visual dan emosional apabila memiliki kedekatan secara emosional, maka secara tidak langsung rasa untuk ingin mengunjungi dan terlibat dengan kegiatan wisata mendorong persepsi positif dan kunjungan spontan.

3) Dampak ekonomi lokal melalui promosi yang melibatkan

pelaku wisata setempat dan citra perempuan lokal.

Dalam sektor pariwisata, pemenuhan aspek ekonomi menjadi hal utama yang mendorong keberlanjutan dan perkembangan destinasi wisata. Melalui promosi yang melibatkan pelaku wisata setempat dan citra perempuan lokal, potensi ekonomi masyarakat sekitar dapat dimaksimalkan dengan menciptakan peluang kerja, meningkatkan pendapatan rumah tangga, dan memperkuat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Peran perempuan yang aktif dalam sektor ekonomi informal seperti pengelolaan homestay, kuliner, dan kerajinan tangan bukan hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, tetapi juga membantu pelestarian budaya dan identitas lokal melalui interaksi dengan wisatawan.

Partisipasi perempuan dalam aktivitas ekonomi wisata lokal mencakup peran dominan mereka sebagai pelaku utama di sektor informal, seperti pengelola *homestay*, pedagang souvenir, penenun, dan Pelayanan di pinggir pantai (Penjaga Warung), yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian tempat wisata.

Partisipasi ini diakui sebagai pendorong peningkatan pendapatan keluarga, pelestarian budaya lokal melalui tarian/musik tradisional, dan pengurangan kemiskinan, dengan hampir 75% perempuan aktif dalam pengelolaan daya tarik pariwisata.

Penelitian ini juga relevan dengan penelitian (Rofilah, 2018) yang mengkaji tentang bira, yang dimana melihat kondisi ini dapat melihat bahwa perempuan lokal yang biasanya di kaitkan dengan pekerjaan ibu rumah tangga dan harus berada seharian dirumah mengurus keluarga, kini di tarik ke ranah publik sebagai pedagang kaki lima di pesisir wisata, menciptakan beban ganda namun meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga kondisi yang selaras dengan kekaguman wisatawan terhadap keseimbangan modern-tradisional.

Pengelolaan perekonomian sektor pariwisata di Bira memang melibatkan peran aktif laki-laki, terutama dalam aspek teknis dan operasional seperti pengelolaan transportasi, pembangunan infrastruktur, dan pengelolaan aktivitas fisik lainnya. Namun, partisipasi pembagian peran gender tetap terjaga dengan perempuan mengambil posisi

dominan dalam sektor pelayanan dan ekonomi kreatif yang berinteraksi secara langsung dengan wisatawan. Pembagian peran ini mencerminkan dinamika sosial yang berbasis kultural, di mana laki-laki dan perempuan saling melengkapi dalam menjaga keberlanjutan pariwisata, serta memperkuat perekonomian lokal secara inklusif. Pendekatan kolaboratif ini membantu menciptakan mekanisme kerja yang efektif sekaligus mempertahankan nilai-nilai budaya dan solidaritas komunitas dalam pengembangan pariwisata Bira.

B. Kesesuaian Peran Perempuan Antara Yang Dipromosikan Di Media Sosial Dengan Peran Nyata Mereka Dalam Kehidupan Dan Budaya Lokal

Representasi digital mampu menggambarkan perempuan sebagai agen perubahan yang aktif sekaligus pelestari kearifan budaya. Di media sosial, perempuan lokal sering ditampilkan sebagai sosok mandiri, produktif, dan berdaya yang turut berkontribusi dalam ekonomi dan sosial budaya, sesuai dengan peran nyata mereka yang mengelola usaha keluarga, terlibat dalam aktivitas

ekonomi informal, dan mempertahankan tradisi lokal. Namun, kesesuaian ini juga dipengaruhi oleh norma sosial dan budaya yang berlaku, di mana media sosial harus mampu menyeimbangkan antara modernitas dan penghormatan terhadap nilai-nilai lokal agar citra yang dibangun autentik dan relevan dengan kenyataan masyarakat setempat.

1) konservatisme budaya dan agama

Konservatif budaya adalah sikap atau ideologi yang mempertahankan nilai, norma, tradisi, dan struktur sosial yang telah mapan, dengan menolak perubahan radikal demi menjaga stabilitas dan keberlangsungan masyarakat. (Nasution et al., 2022). Dalam temuan dari wawancara tersebut, terdapat perbedaan norma budaya dan agama antara komunitas lokal di Bira dengan tempat lain, terutama dalam hal berpakaian perempuan.

Di Bira, konservatisme budaya dan agama yang kuat membuat perempuan tetap menggunakan penutup kepala atau jilbab meskipun berada di pantai, berbeda dengan tren berpakaian bebas di pantai luar yang sering terlihat di media sosial seperti

Facebook atau TikTok. Hal ini mencerminkan adanya nilai kesopanan dan identitas Islami yang dijaga ketat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat lokal, dan menjadi ciri khas budaya yang membedakan Bira dari destinasi wisata lainnya.

Namun, arus modernisasi dan globalisasi menghasilkan dampak yang sangat luas dan mendalam, sulit untuk diprediksi maupun dikendalikan. Lingkungan dan peranan budaya hanya berhenti sampai disitu saja, konservatisme nilai budaya dan agama bertimbal balik dengan pengaruh modernisasi dan westernisasi yang meliputi area destinasi wisata seperti Pantai Bira. Tidak menutup kemungkinan bahwa destinasi wisata yang diyakini indah tidak menyimpan sisi lain dari wisata tersebut. Berdasarkan hasil observasi, peneliti melihat mengamati pergeseran nilai budaya menciptakan dinamika sosial kompleks di mana norma kesopanan lokal tergeser oleh nilai dari budaya asing yang masuk secara kompleksitas.

Hal ini juga di dukung oleh penelitian (Nurlela et al., 2024). Dimana didalamnya menjelaskan tentang tempat hiburan malam yang di buat

megah dengan berbagai pelayanan seperti minuman keras, suara musik yang mengundang hasrat, dan satu hal yang menurut mereka spesial dan menarik yaitu perempuan pekerja malam yang bekerja untuk melayani keinginan para pengunjung tempat tersebut. Fenomena ini memicu penolakan kuat dari kalangan konservatif yang melihatnya sebagai erosi empati sosial, hedonisme, dan eksploitasi perempuan, kontras dengan citra autentik perempuan Bira sebagai pelestari budaya di media sosial.

2) Stereotip gender

Dalam masyarakat modern yang semakin mengedepankan kesetaraan, penting untuk menyadari bahwa stereotip gender adalah konstruksi sosial yang tidak mencerminkan keragaman dan kompleksitas setiap individu. Mengikis stereotip ini membantu membuka ruang bagi semua orang untuk berkembang sesuai potensi dan minat mereka, tanpa terbelenggu oleh norma-norma yang usang dan diskriminatif.

Dalam pengelola wisata lokal di Bira, mereka menampilkan stereotip gender positif yang menampilkan perempuan lokal sebagai representasi ekonomi lokal yang sangat penting, di

mana peran perempuan dikaitkan dengan aktivitas informal dan ikut serta terlibat dalam membentuk perekonomian wisata. Representasi perempuan ini memperlihatkan citra positif sebagai pelayan yang ramah, mandiri, dan pelestari budaya yang tidak hanya mendukung perkembangan ekonomi, tetapi juga menjaga nilai-nilai tradisional dan sosial budaya lokal.

Menampilkan perempuan lokal dalam peran ekonomi tersebut berfungsi untuk memperkuat daya tarik destinasi wisata melalui citra autentik dan kearifan lokal yang menjadi daya saing tersendiri, sekaligus mempromosikan partisipasi perempuan secara inklusif dalam pembangunan pariwisata. Namun, stereotip ini juga perlu dijaga agar tidak membatasi perempuan dalam peran tradisional saja, melainkan juga memberi ruang bagi ekspresi dan peran yang lebih luas sesuai perkembangan zaman.

Namun, seiring berjalannya waktu stereotip gender negatif muncul di masyarakat akibat terbentuknya budaya seperti westernisasi yang dibentuk dari hiburan malam di mana perempuan direpresentasikan sebagai

pekerja malam dengan melakukan pelayanan di tempat hiburan malam, hal ini bertabrakan dengan norma dan nilai budaya yang memicu persepsi eksploitasi serta degradasi moral.

3) Pengaruh visual media sosial

Dalam interaksi sosial, konten visual memengaruhi pembentukan afeksi terhadap wisata dan bentuk ketertarikan pada visualisasi gambar. Gambar yang di ambil dari suatu tempat mencerminkan tentang kenyamanan dan kesejukan mata memandang. Hal ini menciptakan daya tarik ganda, di mana visualisasi menawan dari penampilan atraktif perempuan digabungkan dengan keindahan lokasi wisata memicu ketertarikan sekaligus. Pengunjung potensial sering merasa terdorong untuk mengunjungi tempat tersebut karena asosiasi positif antara citra ideal perempuan dan pengalaman wisata yang dijanjikan, memperkuat persepsi sosial tentang kecantikan dan gaya hidup aspirasional.

Visualisasi ini memperkuat stereotip gender dengan menampilkan perempuan sebagai elemen daya tarik utama destinasi, memengaruhi persepsi bahwa kecantikan feminin esensial untuk pengalaman wisata

lengkap. Akibatnya, perempuan di foto menjadi simbol aspirasi, mendorong penonton lain terutama perempuan muda untuk meniru tampilan dan destinasi demi validasi sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memainkan peran sentral dalam membentuk citra perempuan lokal Bira sebagai elemen daya tarik wisata melalui visualisasi estetis yang menggabungkan keindahan alam, keramahan budaya, dan partisipasi ekonomi informal seperti pedagang dan pelayan. Persepsi masyarakat dan pelaku wisata menunjukkan apresiasi terhadap representasi ini sebagai autentik dan emosional, yang meningkatkan kunjungan wisatawan sambil memperkuat stereotip gender positif seperti pelestari kearifan lokal Bugis-Makassar, meskipun ada kekhawatiran objektifikasi fisik yang mengaburkan kontribusi sosial lebih luas.

Kesesuaian antara citra promosi dan realitas menonjol pada konservatisme budaya-agama yang membedakan Bira, di mana perempuan tetap menjaga norma kesopanan seperti pemakaian jilbab di pantai, kontras dengan tren globalisasi yang

memicu stereotip negatif seperti westernisasi dan eksploitasi. Secara keseluruhan, representasi ini mendukung perekonomian inklusif dengan pembagian peran gender yang saling melengkapi, namun memerlukan pendekatan sensitif gender untuk menghindari reduksi perempuan sebagai ornamen visual demi keberlanjutan pariwisata yang adil.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrullah, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- de las Heras-Pedrosa, C., Millan-Celis, E., Iglesias-Sánchez, P. P., & Jambrino-Maldonado, C. (2020). Importance of social media in the image formation of tourist destinations from the stakeholders' perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10), 1–27.
<https://doi.org/10.3390/su12104092>
- Emzir. (2010). METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF: ANALISIS DATA. In *Raja Grafindo Persada*. Raja Grafindo Persada.
- Nasution, R. P., Negeri, U. I., Utara, S., Islam, U., Sumatera, N., & Rahmi, U. S. (2022). Moderasi Beragama: Upaya Mengatasi Pemahaman Konservatif pada Masyarakat Muslim di Indonesia Muhammad Iqbal Hanafi Nasution Fikri Alwi Nasution. *Jurnal Al-Ahwal As-Syakhsyah P-ISSN*, 10(02), 2338–1264.
- Nurlela, N., A. Kamaruddin, S., & Adam, A. (2024). Dinamika Sosial Budaya : Studi Sosiologis Hiburan Malam di Kabupaten Bulukumba. *Journal Pegguruang: Conference Series*, 6(1), 342.
<https://doi.org/10.35329/jp.v6i1.5058>
- Prihantini, A. F., Nurhidayah, S., & Efendi, T. A. (2024). (Re)Konstruksi Dan Representasi Citra Perempuan Dalam Media Visual Periklanan Indonesia: Upaya Pencegahan Kekerasan Seksual Terhadap Perempuan. *Jurnal Basataka (JBT)*, 7(2), 585–599.
<https://doi.org/10.36277/basataka.v7i2.489>
- Putri, S. A. R. (2021). Potret Stereotip Perempuan di Media Sosial. *Representamen*, 7(02), 112–124.
<https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5736>
- Rofilah, R. (2018). *PERGESERAN PERAN KERJA PEREMPUAN PEDAGANG KAKI LIMA DARI RANAH DOMESTIK KE RANAH PUBLIK DI DESA BIRA KABUPATEN BULUKUMBA S K R I P S I*.
- Sapty Rahayu, F., Kristiani, L., & Fuhrensia Wersemetawar, S. (2019). *Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Sosial Remaja di Kabupaten Sleman, Yogyakarta*.
- Social, W. A. (2025). *Indonesia Diital Report 2025*.
- Wafda Syukrannisa. (2019). *Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba Survey Of The Level Of Satisfaction Of Visitors To The Tanjung Bira Tourist Attraction In Bulukumba Distric Wafda Syukrannisa*.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal*

Pendidikan Sosial & Humaniora, 1(1),
53–61.
<https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>

<https://doi.org/10.29313/mediator.v11i2.3836>

Widiastuti, A. N. (2018). Perempuan dalam Iklan Pariwisata Indonesia. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 214–226.