

## AIMI JATIM : *MOTHERHOOD PHILANTHROPY* DALAM ERA BUDAYA DIGITAL

**Yuliana Rakhmawati**

*Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo Madura*  
[yuliana.rakhmawati@yahoo.com](mailto:yuliana.rakhmawati@yahoo.com)

### ABSTRAK

*Perkembangan teknologi Informasi dan Komunikasi (ICTs) melahirkan formasi sosial dalam bentuk budaya digital. Bentuk komunikasi yang lahir dari era ini merujuk pada model CMC (computer mediated communication). Gangguan komunikasi yang selama ini hadir karena adanya perbedaan geografis dan praktis budaya serta afiliasi ekonomi, politik dan sosial dapat diatasi dengan pertemuan-pertemuan dalam forum-forum virtual. Bentuk ruang masyarakat tanpa sekat ini – sering disebut dengan cyber space- melahirkan bentuk, model dan komunikasi yang idiosinkratik ala komunitas internet. Penggunaan ruang-ruang digital tersebut dimanfaatkan dalam berbagai dimensi seperti ekonomi (cyber marketing), politik (cyber campaign) pun dalam aktivitas sosial dan kedermawanan (filantropi). Salah satu kegiatan kedermawanan yang dilakukan oleh para perempuan (motherhood philanthropy) diinisiasikan dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi.*

---

### ERA DIGITAL : MASYARAKAT HIBRIDITAS

Dunia telah memiliki mekanisme tersendiri dalam proses interaksi yang khas selama berabad-abad. Pada masa sekarang ini tuntutan atas interaksi tersebut berkembang baik dalam bentuk dan intensitas (Rakhmawati, 2016a : 1). Masyarakat telah berkembang dalam bentuk metropolis dengan perubahan pada beberapa dimensi kehidupan seperti hedonism, kepemilikan, akses informasi, solidaritas, kebebasan individu dan karakter kelompok. Dalam era budaya digital, kebudayaan objektif yang dikembangkan oleh masyarakat dunia mampu merepresi kebebasan individu dalam disposisi sikap.

Menurut Simmel (2005) dalam masyarakat metropolis manusia sudah tidak lagi memiliki kualitas individu pada umumnya melainkan tumbuh menjadi keunikan kualitatif yang mempunyai standar subjektif. Hanya

saja dalam konteks “filosofi uang”, Simmel menambahkan bahwa bergeraknya individu menuju masyarakat metropolis sebenarnya merupakan *trans* menuju kontestasi konflik. Pengarusutamaan wacana dalam masyarakat era digital sering dihubungkan dengan studi-studi paskakolonial. Dalam masyarakat ini berkembang dan lahir tuntutan akan hadirnya bentuk komunitas tanpa sekat (hibriditas). Diskursus hibriditas juga tidak dapat dilepaskan dari konsep-konsep kunci dalam kritik atas terjadinya kontestasi kebudayaan dan realitanya dengan konsep batas dan bentuk ideal dari kosmopolitan (Rakhmawati, 2016a)

Avtar (2000) menyebutkan bahwa hibriditas yang berkembang dalam era budaya digital menghasilkan beragam variasi konsep. Salah satunya adalah terminologi tentang berkembangnya budaya yang secara eksklusif sebagai bentuk sinkritisme dengan memberi asumsi terjadinya hubungan simbiosis dengan

menafikan rasionalitas ekonomi, politik dan sosial. Hibriditas melahirkan pola pergaulan dan konsumsi informasi dalam bingkai budaya internasional. Sejarah dan perubahan “wajah” pada dimensi ekonomi, sosial dan politik menunjukkan terjadinya pergeseran konstruksi atas nilai dan *custom-custum* tertentu.

Pada sebagian kelompok etnisitas, hibriditas juga ditempatkan sebagai konstruksi atas hadirnya kelas sosial. Wu (2013) memotret hibriditas yang mulai berkembang di Cina sejak tiga abad sebelum masehi. Era poskolonial pada era tersebut membawa tuntutan atas interseksi yang terjadi antara budaya materialism konvesional (penduduk pribumi Cina) dengan budaya entitas pastoral (sebagai representasi dari kaum kolonial). Salah satu bentuk persinggungan dua budaya ini tercermin dalam bentuk arsitektural dan ornament pada pemakaman elit etnis Cina. Dalam perspektif modernitas potret hibriditas Cina juga terjadi dalam bentuk perubahan selera kota: metropolis, *inland cities* dan *tourist cities* (Liu, 2012).

Bhabha (1994:193) menyampaikan bahwa kehadiran konsep hibriditas merupakan bentuk kamufase dan inovasi disruptif dalam membentuk dunia baru. Hibriditas mampu meleburkan nilai budaya dalam format yang bukan hanya dengan warna globalisasi tetapi menunjukkan kontribusi migrasi (perpindahan secara geografis) individu dalam membentuk peleburan budaya. Koordinat migrasi dan penyebaran manusia (diaspora) dalam konteks hibriditas merupakan bentuk negosiasi identitas diantara migran dengan afiliasi budaya asal dan tuntutan untuk bersinggungan dengan budaya baru (Karla, 2005). Dalam konteks Indonesia, migrasi juga dilakukan sebagai bagian dari politik identitas seperti yang dilakukan oleh etnis perantau Jawa, Madura, Minang dan Bugis (Rakhmawati, 2015).

Berkembangnya hibriditas dalam era budaya digital sebenarnya merupakan kajian yang telah hadir sejak abad kesembilan belas. Pandangan pada masa itu menginginkan manusia menjadi spesies yang berbeda menjadi diskursus yang dianggap bertentangan dengan kitab suci. Young (2005) menuliskan dalam “Desire: Hybridity in Theory, Culture and Race” bahwa era hibriditas juga memantik lahirnya tema-tema persamaan hak asasi. Diskriminasi yang dilakukan oleh sistem dengan perbudakan mulai mendapatkan pertentangan<sup>1</sup>. Hibriditas dilakukan dalam konteks ini untuk menjaga kelangsungan hidup manusia dari kepunahan dari generasi ke generasi.

Realitas sosial sebagai pemancar budaya dikonstruksikan oleh masyarakat hibrid dengan menekankan pada proksimiti (kedekatan) transkultural. Dengan menggunakan perkembangan teknologi komunikasi, hibriditas dalam mentransformasikan budaya semakin mudah dilakukan. Meleburnya sekat-sekat dalam era digital tersebut melahirkan internasionalisasi standar akan persepsi, nilai dan redefinisi atas kognisi sosial. Satu hal yang tidak dapat dihindari dari hibriditas era budaya digital ini adalah kecenderungan untuk terjadinya homogenisasi budaya. Dalam wacana poskolonialisme dan posmodernisme maka konteks ini juga menjadikan dinamika konsekuensi menjadi wajar. Masyarakat hibriditas dalam era digital berkembang ditengah-tengahnya adalah bentuk budaya yang merupakan “transaksional” antara *pre*

<sup>1</sup> *Persilangan yang konstruktif antar entitas dan kelembagaan dalam konteks hibriditas justru sangat diharapkan. Young (2005) menganalogikan hibriditas sebagai hinny yaitu hasil persilangan (mixed mixture) antara kuda jantan domestik (stallion) dan keledai betina (jenny).*

*given* budaya yang sudah hadir lebih dulu dalam masyarakat tradisional dan klasik dengan artikulasi sosial yang berkembang disekitarnya. Dalam masyarakat hibriditas terjadi transaksi dan negosiasi diantara warga dunia yang diasumsikan sudah selesai melewati batas-batas geografis, ekonomi, demografis, politik dan sosial budaya.

Hibriditas dalam era digital menempatkan persamaan derajat (*equality*) semua entitas. Dominasi *Anglo-Saxon*<sup>2</sup> atau *alpha male*<sup>3</sup> dalam pergaulan dunia bergeser menjadi dialog transaksional dimana semua anggota masyarakat digital dimungkinkan memberi kontribusi dalam pengembangan masyarakatnya. Indonesia juga sudah memasuki dan menjadi bagian dari masyarakat hibriditas, bentuk artifak dan nilai-nilai ideologi yang dikonsumsi oleh masyarakat "*outsiders*" juga dimungkinkan untuk terdistribusi ke negara ini. Gaya hidup menjadi salah satu warna dari bentuk hibriditas budaya.

## PEREMPUAN DAN FILANTROPI

Istilah filantropi seringkali secara sederhana dipertukarkan dengan istilah karitas. Padahal kedua istilah tersebut memiliki makna yang berbeda secara diametral (Prihatna, 2005: 85). Lebih lanjut dijelaskan bahwa karitas adalah bentuk bantuan untuk kebutuhan dan kendala yang bersifat sesaat

- 2 Merupakan negara-negara berbudaya khas dan berbeda sejarah sosial budaya dengan negara-negara di daratan Eropa Barat lainnya yang disebut kontinental. Inggris, Irlandia, Amerika Serikat dan Australia.
- 3 Dalam mitologi kerajaan hewan: terdapat bentuk dominasi fisik Singa jantan dengan klaim hak seksual untuk semua singa betina, melawan singa jantan lainnya, mempunyai kemampuan memaksa, mendapatkan hak memakan hewan buruan terlebih dulu dan mendominasi tanah untuk hak berburu.

dan mendesak (*immediate relief to some lack or need*) seperti pada kejadian bencana alam dengan memberikan bantuan makanan, pakaian dan uang tunai. Sedangkan filantropi pada dasarnya memiliki makna yang lebih luas. Filantropi lebih bersifat hibah jangka panjang yang ditujukan untuk investasi sosial. Sebagai kegiatan yang mengarah pada investasi sosial, diharapkan mampu menginisiasi atau memberikan kontribusi pada penguatan masyarakat sekaligus modal sosialnya (Prihatna, 2005).

Praktik filantropi yang dilakukan oleh perempuan di Indonesia bukanlah hal baru. RA. Kartini, Tjut Nya Dien, Dewi Sartika merupakan figur-figur yang dijadikan ikon bagi kontribusi perempuan dalam perjuangan kemerdekaan Indonesia dan pengembangan masyarakatnya. Pada awal abad kedua puluh, organisasi keagamaan seperti Aisyiyah, Muslimat dan lain-lain berkembang dalam rangka memberdayakan kaum perempuan di Indonesia (McCarthy, 2008: 15). Pada beberapa bagian dunia yang lain keterlibatan perempuan dalam diskursus politik, ekonomi, sosial dan budaya juga sedang berlangsung.<sup>4</sup>

Kontribusi yang diberikan para perempuan terbentang mulai dari sektor domestik sampai kepada advokasi kepentingan publik. Para pesohor perempuan juga secara aktif melakukan kegiatan untuk menggerakkan

<sup>4</sup> Dalam Kathleen McCarthy (2008) "Perempuan, Filantropi dan Civil Society" terdapat tulisan-tulisan tentang aktivitas filantropi perempuan seperti: Amanda Kandil "Perempuan dan Filantropi di Mesir", Ghada Hashem Talhani "Perempuan dan Filantropi Masyarakat Palestina dan Mesir: Kontribusi Pemikiran Islam dan Strategi Kelangsungan Hidup Nasional, Pushpa Sundar "Perempuan dan Filantropi di India", Hye Kyung Lee "Perempuan dan Filantropi di Korea Selatan dari Perspektif Non-Barat, Shurlee Swain "Perempuan dan Filantropi pada masa Kolonial dan Post Kolonial Australia", Leilah Landim "Perempuan dan Filantropi di Brazil : Sebuah Tinjauan".

perubahan. Peran yang sudah diakui oleh segenap pihak atas pencapaian para pesohor tersebut menjadi “magnet” bagi aktivitas filantropi yang dilakukan. Motivasi dan kesungguhan yang dilakukan para pesohor perempuan filantropis ini menjadi sebuah diskursus. Seperti dalam dunia politik yang tidak jarang menggunakan figur-figur pesohor sebagai *vote gatter*. Dilansir dalam

situs *marieclaire.co.id* peran yang diberikan oleh beberapa pesohor dunia dalam aktivitas filantropi dan aktivitas sosial dalam bentuk yang beragam. Perempuan sedang dalam misi mengubah dunia mulai dari lingkungan terdekatnya sampai menjadi pionir dalam aktivitas positif dan bermanfaat bagi sekitarnya.

**Tabel 1. Perempuan Pesohor dan Aktivitas Filantropi**

Nama	Profesi	Aktivitas Filantropi
Melinda Gates	Pendiri Bill & Melinda Gates Foundation	Dengan yayasan yang dibentuknya Melinda dan rekan-rekan pebisnis yang mempunyai kepedulian kepada kemanusiaan memberikan stimulus pada entitas-entitas untuk sebagai inisiasi dalam pengembangan masyarakatnya.
Angelina Jolie	Aktris pada beberapa film besutan industry Hollywood diantaranya : Lara Croft : Tomb Rider (2001), A Mighty Heart (2007), Mr & Mrs. Smith (2005), Maleficent (2014) dan lain-lain Beberapa penghargaan yang pernah diterima oleh Jolie diantaranya : 1. Jean Hersholt Humanitarian Award(2013) atas jasanya dalam menangani korban paksaan dan kekerasan seksual. 2. Academy of Motion Picture Arts and Sciences atas pengakuan dalam kategori individu dalam industri film dalam upayanya dalam isu-isu kemanusiaan.	1. Aktif dalam UNHCR Untuk menangani isu-isu kemanusiaan an pengungsi di Yordania dan Suriah. 2. Terlibat langsung dalam advokasi bagi mereka yang terlantar akibat perang dan konflik. 3. Komitmen Jolie untuk membantu isu-isu kemanusiaan juga diwujudkan dalam sumbangan kepada UNHCR yang senilai lebih dari USD 5 juta sejak tahun 2000 yang digunakan untuk membangun sekolah di Afghanistan dan Kenya.
Cate Blanchett	Sebagai aktris dan sutradara dari Australia. Sekaligus sebagai Direktur Artistik dari Sydney Theatre Company. Beberapa penghargaan yang pernah diterimanya antara lain: 1. Helpmann Award sebagai Pemeran Wanita Terbaik 2. The Centenary Medal dari Pemerintah Australia atas kontribusinya dalam pelayanan pada masyarakat. 3. Penghargaan dari The Museum of Modern Art dan British Film Institute atas kontribusinya dalam industry film.	1. Penggagas upaya pelestarian alam dengan ide instalasi panel surya di The Warf Teater (2010) sebagai salah satu sistem pengumpulan air hujan terbesar di dunia. 2. Penggagas rencana pajak karbon yang akan membatasi emisi gas rumah kaca.
Jennifer Lopez	Dikenal sebagai JLo seorang penyanyi, aktris, <i>dancer</i> , desainer pakaian, pengarang dan produser.	1. Aktif dalam kampanye global yang ditujukan untuk menyelamatkan 16 juta perempuan dan anak-anak yang digalakkan oleh PBB yaitu Every Woman every child. 2. Perhatiannya terhadap isu-isu kemanusiaan juga disalurkan oleh Jennifer melalui Lopez Family Foundation.

Nicole Kidman	<p>Aktris yang berperan apik dalam beberapa film seperti <i>Moulin Rouge</i> (2001), <i>Cold Mountain</i> (2013), <i>Queen Of Dessert</i> (2015).</p> <p>Artis yang mempunyai <i>quotes</i> "I believe that as much as you take, you have to give back. It's important not to focus on yourself too much" mempunyai keinginan untuk membantu orang lain demi terciptanya perubahan sosial kea rah yang lebih baik.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktif menyuarakan hak-hak perempuan sebagai ambassador PBB sejak 2006</li> <li>2. Sebagai juru bicara internasional PBB untuk <i>Women Say No To UNiTE to End Violence Againts Women</i></li> </ol>
Selena Gomez	<p>Aktris dan Penyanyi, pernah tampil dalam serial televisi anak-anak <i>Barney &amp; Friends</i>, Gomez mulai terkenal sebagai peran utama dalam serial Disney Channel <i>Wizards of Waverly Place</i> (2007-12). Karena keberhasilan serial ini, Gomez mengerjakan berbagai film, acara televisi, dan kolaborasi musik untuk jaringan di tahun-tahun berikutnya</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Duta UNICEF sejak 2009 membantu meningkatkan kehidupan anak-anak di negara miskin seperti Nepal, Ghana, Chili dan lain sebagainya.</li> <li>2. Menggunakan media sosial akun instagramnya mengajak penggemarnya untuk melakukan kebaikan bagi sesama.</li> </ol>
Rihanna		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun sebuah pusat Stae-of-the-part untuk obat-obatan onkologi dan nuklir untuk diagnosis kanker payudara di Queen Elizabeth Hospital Barbados.</li> <li>2. Tahun 2012 membentuk lembaga non profit Clara Lionel Founstation Global Scholarship Program bagi siswa asal Karibia yang bersekolah di Amerika Serikat.</li> <li>3. Mendukung Program Global Partnership for Education and Global Citizen Project yang menyediakan akses pendidikan bagi anak-anak di lebih dari 60 negara berkembang, memberikan prioritas bagi anak-anak perempuan dan anak-anak yang kesulitan mengakses pendidikan di dunia saat ini.</li> </ol>
Shakira	<p>Penyanyi dan sekaligus istri dari pesepakbola Gerad Pique (FC Barcelona) telah memenangkan banyak penghargaan, termasuk lima MTV Video Music Awards, dua Grammy Awards, delapan Grammy Awards Latin, tujuh Billboard Music Awards, 28 Billboard Latin Music Awards dan telah dinominasikan Golden Globe. Dia memiliki bintang di Hollywood Walk of Fame, dan telah menjual antara 70 sampai 125 juta rekaman di seluruh dunia.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sebagai duta UNICEF dalam penanggulangan kemiskinan, gizi buruk, isu kesehatan pada anak-anak dan keluarga dari negara-negara miskin.</li> <li>2. Membuat program yang mendesak para pemimpin global untuk berinvestasi pada perkembangan anak usia dengan dibantu melalui pengembangan riset untuk memahami efek kemiskinan dan stress konflik pada anak-anak.</li> </ol>

Sumber : diolah kembali dari beberapa referensi

Abidin dan Nurul (2005) dalam buku berjudul “Ketika Selebriti Bebaga: Pola Derma dan Aktvitas Sosial Selebriti Indonesia” menuliskan bahwa pola filatropi juga dilakukan pesohor Indonesia. Bidang filantropi yang dilakukan beragam mulai dari pendidikan untuk anak-anak, pemberdayaan ekonomi dan sosial pada lingkungan, advokasi dan pendampingan pada penduduk yang termarginalkan. Beberapa nama pesohor Indonesia yang terlibat aktif dalam aktivitas filantropi diantaranya : Yessy Gusman, Peggy Melati Sukma, Taufik Savalas (alm) dan lain-lain.

Perkembangan filatropi yang dilakukan oleh para perempuan semakin menunjukkan ke arah yang lebih luas dari dimensi tema dan entitas yang terlibat didalamnya. Para perempuan pesohor tersebut menggunakan talenta dan pencapaian dalam bidangnya masing-masing untuk “mengajak” entitas lain bergerak untuk perubahan yang lebih baik. Filantropi perempuan juga mulai bergerak dari mekanisme konvensional bergeser menggunakan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

## **AIMI CHAPTER JATIM: MOTHERHOOD PHILANTROPHY DI ERA DIGITAL**

Ruang publik (*public sphere*) di Indonesia mulai terbuka seiring berkembangnya wacana masyarakat madani (*civil society*). Sebuah masyarakat dengan beberapa ciri diantaranya : (1) dijunjungnya tinggi nilai-nilai dan hukum dengan iman, ilmu dan teknologi, (2) masyarakat yang beradab, (3) transparansi dan kesederajatan, (4) ruang publik yang bebas (*free public sphere*), (5) supremasi dan kepastian hukum, (6) partisipasi sosial. Masyarakat madani juga tercerminkan dalam

kedermaan (filantropi) dan keadilan sosial (*social justice*).

Filantropi merupakan bentuk partisipasi dan kerjasama antar individu dan komunitas dalam mencapai tujuan positif kedepannya. Partisipasi sosial yang dilakukan dalam aktivitas filantropi merupakan program inisiasi bukan hanya dalam dimensi kemanusiaan melainkan juga mengangkat derajat peradaban. Keadilan sosial yang diharapkan dalam masyarakat madani salah satunya dapat diwujudkan dengan motivasi berbagi dan menjaga (*sharing and caring*) diantara segenap anggota masyarakat.

Aktivitas filantropi di Indonesia sudah cukup berkembang. Entitas yang terlibat dalam aktivitas kerelawanan juga beranjak dari individu-individu bergerak menjadi komunitas-komunitas dengan anggota yang beragam tetapi memiliki visi dan misi yang sama. Program kerja yang dilakukan juga mulai beragam dari sektor domestik dengan model komunikasi konvensional sampai advokasi publik dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi terkini.

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan melek teknologi tercepat di dunia. *Technology savvy* dan *mobile first users* adalah langgam yang diterima Indonesia oleh lembaga riset global hingga analisis ekonomi<sup>5</sup>. Pemanfaatan teknologi yang semakin masif dalam semua sektor seperti

<sup>5</sup> Dalam *detikNet* (<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3482451/ceruk-filantropi-di-era-digital>) dirilis hasil Riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) per Oktober 2016 bahwa angka pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta atau setara dengan 51,7 persen populasi. Fakta lainnya, jumlah pengguna telepon selulernya diprediksi menembus 173 juta tahun ini. Sekitar 98 persen orang Indonesia memiliki satu akun media sosial, dan pengguna **Facebook** dari Indonesia 80 juta orang, keempat terbesar di dunia.

dalam marketing dengan *cyberbranding*<sup>6</sup>, *financial technology (fintech)*, distribusi pesan-pesan ideologi<sup>7</sup> sampai pada *platform* aktivitas filantropi.

Revolusi digital sudah berlangsung di Indonesia, intervensi yang dilakukan oleh komunitas dalam “membangkitkan” kesadaran kerelawanan publik dalam dimensi yang beragam dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital. *Platform* dengan memanfaatkan teknologi digital yang dilakukan oleh komunitas-komunitas filantropis salah satunya adalah komunitas yang mengusung visi *motherhood philanthropy*.

Konsep *motherhood* dalam konteks sejarah merupakan kerja tanpa pamrih yang berawal dari rumah. *Transedental housework* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jenis pekerjaan ini.<sup>8</sup> Istilah lain untuk menggambarkan aktivitas kerelawanan ini adalah *positive parenting*. Balaji dkk (2007:1388) dalam Luthar (2015: 295) menuliskan bahwa parenting melibatkan segenap kemampuan mental termasuk waktu, energi fisik dan emosional.

Bergesernya kontribusi yang diberikan

6 Rakhmawati, Yuliana (2016). *Batik Madura : Heritage Cyberbranding*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 8 No 2 September 2015* doi dx.doi.org/10.21107/ilkom.v10i1.1840

7 Rakhmawati, Yuliana (2015). *The Muslim Show : Soft Contra Labelling dalam Media sosial*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 9 No 1 Maret 2015*.

8 Dalam Paula Chamber (n/a). “*Transedental Housework*” dituliskan bahwa menurut model psikoanalisis Freudian hubungan antara anak (*infant*) dan pengasuh (*caregiver*) diidentifikasi sebagai hubungan berdasarkan pemenuhan kebutuhan dasar dengan pengasuh sebagai konsekuensi objektif. Sedangkan model intersubjektif lebih berfokus pada elemen sosial dari hubungan ini. Individu akan berkembang secara murni, otonom dan mandiri. Intersubjektivitas memperkuat pertumbuhan diri dalam hubungan merupakan kontribusi pengasuh dalam hal ini adalah sang Ibu.

para perempuan (dalam hal ini Ibu) dari sektor domestik menjadi multisektor (domestik dan publik) membawa pengaruh dalam “recreating” konsep *motherhood*. Dalam nilai-nilai organisasi menuntut agar ibu yang bekerja memisahkan ibu dari peran domestiknya termasuk dalam hal ini adalah aktivitas menyusui bagi anaknya (*breastfeeding*) (Turner, 2013:396).

Pengalaman yang diwujudkan dalam menavigasi kerja dan pengasuhan sangat penting dilakukan oleh ibu-ibu pekerja. Manajemen laktasi (menyusui) yang benar perlu diterapkan agar pengelolaan fisik dan mental dalam konteks ruang dan waktu profesional mereka dapat berjalan dengan optimal. Dalam konsep pengasuhan (*motherhood*) pemisahan antara pekerjaan publik dengan aktivitas *bonding* Ibu dan anak akan menyebabkan masalah generasi yang lebih serius. Menyusui merupakan bagian dari *extensive mothering*. Konstruksi atas potret ibu yang baik dilekatkan pada ibu-ibu yang dengan segala kondisinya dapat memberikan ASI (Air Susu Ibu) kepada anak-anaknya (Christopher, 2012).

Sebagai bentuk kepedulian atas peran ganda perempuan ini hadirlah **AIMI** (Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia) yang mempunyai tujuan menyebarluaskan pengetahuan dan informasi tentang menyusui serta meningkatkan angka ibu menyusui di Indonesia. AIMI merupakan organisasi nirlaba yang mengelola beberapa kegiatan-kegiatan promosi, edukasi dan advokasi mengenai menyusui. Anggota AIMI berasal dari semua profesi terdapat dokter, paramedis, profesional muda, ibu rumah tangga dan para penggiat ASI. Beberapa aktivitas filantropi yang dilakukan AIMI diantaranya:

1. Melakukan komunikasi kreatif untuk melakukan distribusi pesan untuk

meningkatkan pemahaman seluruh elemen masyarakat tentang keutamaan menyusui selama dua tahun atau lebih serta risiko pemberian formula bagi bayi.

2. Melakukan program diskusi tentang informasi, pengetahuan dan dukungan bagi para ibu untuk menyusui bayinya secara eksklusif selama 6 bulan dan meneruskannya sampai 2 tahun atau lebih agar setiap ibu di Indonesia memiliki pengetahuan dan informasi tentang keutamaan menyusui.
3. Program penguatan kerja sama dengan pemerintah, perusahaan, mitra gerakan, lembaga donor dan pemangku kepentingan lainnya di semua tingkatan dalam rangka menjalankan fungsi pengawasan regulasi yang pro ibu menyusui.

AIMI memiliki 15 cabang tingkat provinsi dan 9 ranting tingkat kabupaten atau kotamadya. AIMI Jawa Timur merupakan salah satu cabang yang secara aktif menyelenggarakan kegiatan-kegiatan dalam rangka menjalankan misi organisasi ini. Selain melakukan kegiatan diskusi diantaranya: kelas edukASI menyusui, kelas edukASI mPASI, konseling menyusui (home visit), AIMI Goes to Office (AGTO), AIMI Goes to Community (AGTC), AdvokASI bagi Ibu Menyusui, SosialisASI, belanja Sambil berdonASI.

Organisasi yang didirikan oleh Mia Sutanto dan rekan-rekan ini lahir dari kegelisahan para perempuan pekerja dalam melakukan aktivitas breastfeeding. Dengan bergabung dalam support group berbasis internet seperti ASIFORBABY, Mia dipertemukan dengan ibu-ibu menyusui yang menghadapi dilemma yang sama diantaranya Nia Umar, Mbak Yeye da Shanty. Dengan dibarengi diskusi dengan ahli laktasi dr. Utami Roesli, SpA, IBCLC berdirilah organisasi

AIMI pada Tanggal 21 April 2007.

Memasuki *trend* digitalisasi media, organisasi AIMI juga menggunakan *support* internet dalam melakukan misinya. AIMI memiliki beberapa *platform* sosial media untuk distribusi program-program laktasi. Sebagai informasi awal, para pemula dan peminat laktasi dapat mengakses situs resmi AIMI di [aimi-asi.org](http://aimi-asi.org). Sedangkan untuk komunikasi interaktif disediakan media group dan fp facebook di <https://www.facebook.com/groups/AIMI.ASI/>, <https://www.facebook.com/Asosiasi-Ibu-Menyusui-Indonesia-AIMI202027563174044/>. Sedangkan aktivitas-aktivitas AIMI dapat dipantau dan dilihat di Instagram AIM dengan id @aimi\_asi

**Gambar 1.**  
**Beberapa poster aktivitas AIMI**







Sumber : *instagram@aimi-asi*

Dampak hadirnya era digital seperti dua wajah keping mata uang memberi terpaan positif dan negatif. Dalam konteks positif perkembangan teknologi informasi dan lahirnya budaya hibriditas membentuk kemudahan dalam distribusi dan akses informasi. Salah satunya dalam hal pemenuhan kebutuhan berbagi dan kerelawanan (filantropi). Melalui teknologi digital, komunikasi kreatif yang dilakukan oleh para filantropis atau lembaga-lembaga filantropi (AIMI ASI salah satunya) lebih dimudahkan dalam *up date content* dan program disesuaikan dengan perkembangan zaman.

Dengan penyebarluasan informasi tentang pentingnya ASI dan edukasi mengenai *motherhood philanthropy* yang dilakukan dengan sosial media, lembaga-lembaga filantropi lebih dekat untuk menjalin kerja sama dengan pihak terkait lainnya seperti pemerintah, akademisi, praktisi kesehatan dan pemerhati *positive parenting*. Program-program yang dilakukan oleh AIMI ASI Indonesia ternyata bukan hanya berdampak pada para ibu-ibu dalam melakukan *motherhood philanthropy* kepada keluarga dan komunitas, melainkan

juga mampu “mengundang” para ayah turut berpartisipasi dalam menunjang suksesnya program *breastfeeding*. Salah satu komunitas *fatherhood* yang juga turut berdiri untuk mendukung program ASI eksklusif ini adalah Ayah Peduli ASI. Karena sesungguhnya ketika ibu-ibu menjalani program *breastfeeding* bukan hanya dengan donasi *financial* melainkan dapat berupa komitmen dalam *sharing* pengetahuan dan *emotional support* dari orang-orang terdekatnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Hamid; Nurul Faizah (2005). *Ketika Selebriti Berbagi: Pola Derma Aktivitas Sosial Selebriti Indonesia*. Jakarta. PIRAC.
- Avtar Brah, Annie E. Coombes (ed) (2000). *Hybridity and its Discontents Politics, science, culture London*. Routledge.
- Chambers, Paula (n/a). *Transedental Housework dalam* <https://jourms.files.wordpress.com/2016/08/chamberschptr.pdf>
- Christopher, Karen (2012). *Extensive Mothering : Employed Mothers’ Constructions*
- Of The Good Mother . *Gender & Society*, Vol. 26 No. 1, February 2012 73-96. Doi: 10.1177/0891243211427700
- Fatimah, dati; Retno Agustin (2008). *Kerelawanan Perempuan di Daerah Bencana*. Depok. PIRAMEDIA.
- Kartika, Dede. 2017. *10 Selebriti Penggerak Perubahan Her Role News* 28 March 2017 dari [Http://Marieclaire.Co.Id/10-Selebriti-Penggerak-Perubahan/](http://Marieclaire.Co.Id/10-Selebriti-Penggerak-Perubahan/)

- Liu, Xiaoping (2012). Perspective on the problem of the Chinese urban space homogenization and identity creation in the era of globalization dalam *Applied Mechanics and Materials Vols. 174-177 (2012) pp 2226-223*
- Luthar, Suniya S (2015). Mothering Mothers. Research in Human Development 12:3-4, 295-303, DOI: 10.1080/15427609.2015.1068045
- McCarthy, Kathleen D (2008). Perempuan, Filantropi dan Civil Society. Jakarta. Piramedia.
- Prihatna, Andi Agung; Kurniawati (2005). Peduli dan Berbagi : Pola Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Berderma. Jakarta. PIRAC.
- Rakhmawati, Yuliana (2015a). The Muslim Show: Soft Contra Labelling Melalui Media Sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 9 No 1 Maret 2015.
- (2015b). Batik Madura: Hritage Cyberbranding. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 9 No 2 September 2015.
- (2015c). “Diaspora Filantropi Tukang Cukur Madura” dalam Surokim (ed). *Madura: Masyarakat, Budaya dan Politik*. Yogyakarta. Elmaterra Publishing.
- (2016a). Hibriditas New Media Komunikasi dan Homogenisasi Budaya. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 10 No 2 September 2016 DOI: <http://dx.doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2516>
- (2016b). “Reading” Mukidi: Discourse Representation In Indonesia’s New Media Platform. Proceeding ICOSAPS 2-3 November 2016.
- Simmel, Georg (2005). The Philosophy of Money. New York. Routledge.
- Turner, Paaige K.; Kristen Norwood (2013). Unbounded Motherhood: Embodying a Good Working Mother Identity. Management Communication Quarterly 27(3) 396–424. DOI: 10.1177/0893318913491461
- Wu, Xiaolong. (2013). *Cultural hybridity and social status: eite tombs on China’s Northern Frontier During The Third BC*. Jurnal Arts and Humanities Full Text Mar 2013: 87, 335 hal.121
- Young, Robert J.C (1995). Colonial Desire: Hybridity in Theory, Culture and Race. London.Routledge.