

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini berangkat dari bentuk representasi perempuan berdaya yang sering kali ditampilkan dan didiskusikan sebagai bentuk wacana feminisme di ruang digital, khususnya media sosial TikTok. Terkait hal ini, penulis kemudian tertarik pada akun TikTok @livlauflove yang secara konsisten membagikan konten-konten mengenai representasi perempuan berdaya, yaitu tentang bagaimana perempuan sebaiknya tampil, berkomunikasi, berperilaku, hingga mengekspresikan emosi dengan standar feminitas yang dibentuk secara subjektif oleh sang kreator, yaitu Olivia Mai itu sendiri. Akun TikTok @livlauflove ini memiliki 340,6 ribu pengikut, 44,6 juta jumlah likes per tanggal 27 April 2026. Adapun konten paling populer dalam akun TikTok @livlauflove ini bertema *dating* dan *relationship* yang menggunakan narasi dalam *hook* videonya yaitu “kamu nggak akan lagi ngejar dia setelah kamu nonton video ini, karena ini perspektif dia (laki-laki) ketika dikejar”.

Konten yang paling populer pada akun TikTok @livlauflove ini mencapai 5 juta *viewers*, 687,3 ribu *likes*, 3.615 komentar, 113,5 ribu disimpan, dan 42,9 ribu kali dibagikan per tanggal 27 April 2026. Konten ini menampilkan bentuk pemberdayaan lewat narasi yang menginspirasi perempuan untuk lebih percaya diri, menghargai kualitasnya, dan mengelola dirinya sebagai perempuan yang berdaya. Namun, di sisi lain, penulis mendapati sebuah wacana tersirat yang mendistribusi pemberdayaan perempuan dalam standar feminitas tradisional yang

sarat dengan nilai patriarkal seperti, kelembutan, kepasifan dalam relasi sosial, serta kekuatan perempuan sebagai alat untuk menciptakan kesan eksklusif, dengan menjadikan “laki-laki” sebagai motivasi utamanya.

Dalam konteks penelitian ini, konten-konten yang dipublikasi oleh akun TikTok @livlauflove menarasikan bentuk representasi perempuan berdaya yang berfokus pada perempuan secara eksklusif, menciptakan kekeliruan akan pemahaman mengenai konsep feminisme yang seutuhnya, yaitu perjuangan akan pemenuhan hak-hak perempuan dan kesetaraan gender dalam segala lini kehidupan. Sorotan tujuan pergerakan feminisme kemudian bergeser menjadi usaha untuk menggantikan posisi *superior gender* dalam struktur hierarki masyarakat oleh perempuan itu sendiri. Popularitas konten yang menampilkan perempuan “ideal”, khususnya dalam lingkup pembahasan terkait relasi romantis antara perempuan dan laki-laki mengkonstruksi perhatian dan reaksi yang ditimbulkan oleh laki-laki sebagai patokan sekuritas dalam mengekspresikan feminitas. Fenomena akun @livlauflove sebagai fokus penelitian menjadi relevan dalam konteks ini. Dengan basis pengikut yang cukup besar dan tingkat *engagement* tinggi, akun ini dapat dilihat sebagai representasi tren lebih luas mengenai bagaimana feminitas diproduksi, dipasarkan, dan dinilai dalam kultur digital.

Melalui konten yang tampak sederhana seperti tips bersikap saat mengalami penolakan dari laki-laki atau tips berkomunikasi yang membuat laki-laki tergila-gila menjadi proses ideologis yang kompleks bahwa perempuan bukan hanya dipandu untuk lebih berdaya, tetapi juga diarahkan untuk menyesuaikan diri dengan

standar ganda feminitas. Hal ini secara halus memproduksi wacana feminisme yang keliru, di mana fokusnya bukan lagi kesetaraan dalam pemenuhan hak-hak perempuan tanpa diskriminasi gender sepihak, tetapi berubah menjadi bentuk glorifikasi gender yang membatasi pemberdayaan perempuan menurut standar yang berorientasi pada laki-laki.

Adapun TikTok merupakan salah satu *platform* media sosial yang memiliki dampak signifikan bagi kehidupan masyarakat modern, di mana TikTok kini tidak lagi sekadar sarana hiburan atau komunikasi, tetapi juga menjadi ruang publik digital di mana dalam konteks representasi identitas gender, hal ini dibentuk, dipertukarkan, dan distandarisasi. TikTok nyatanya menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari gaya hidup digital generasi muda. Secara akademik, TikTok dapat dipahami sebagai ekosistem komunikasi yang kompleks, dimana secara eksistensial TikTok membentuk budaya partisipatif, di mana pengguna tidak hanya terbatas sebagai konsumen, melainkan turut aktif menjadi produsen konten yang aktif dalam membentuk narasi publik (Jenkins dalam Oratmangun dan Rusadi, 2023).

Dalam lingkup kajian wacana, TikTok menjadi ruang penting untuk mengamati bagaimana narasi-narasi sosial dikonstruksi, diproduksi ulang, dan diperdebatkan. TikTok juga turut membuka ruang demokratisasi bagi berbagai gerakan yang mendobrak batas sosial, salah satunya adalah gerakan feminisme. Perempuan kini memiliki wadah untuk menyampaikan aspirasi, pengalaman personal, dan berbagai edukasi mengenai hak-hak perempuan yang selama ini

dibelenggu. Faktanya, telah lama perempuan menjadi bagian dari sistem relasi gender yang tidak netral, yakni dominasi maskulinitas menciptakan struktur sosial yang membatasi ekspresi perempuan di ranah publik maupun privat. Aktivisme digital melalui TikTok meningkatkan probabilitas distribusi paham feminisme secara lebih luas, terkhususnya oleh generasi muda. Melalui konsep populer feminisme, dijelaskan bahwa feminisme kini dikemas sebagai identitas individual yang dipasarkan, bukan hanya sebagai gerakan politik yang berorientasi pada transformasi struktural (Sarah Barnet dalam Adiputra, 2025).

Pergerakan dan internalisasi paham feminisme pada media sosial TikTok berdampak masif bagi eksistensi perempuan di masyarakat. Era digital telah membuka jalan baru bagi perempuan untuk berdayaguna dengan menyeimbangkan antara kehidupan domestik dengan kehidupan sebagai seorang profesional (Lestari et al dalam Husna dan Fahrimal, 2021). Dalam konteks penelitian ini, TikTok menjadi salah satu produk digital yang menyediakan wadah bagi perempuan untuk menampilkan keberdayaannya sebagai seorang individu, sehingga perempuan dapat memenuhi kebutuhannya dalam mengaktualisasi diri. Ketersediaan media dalam mengekspresikan diri oleh perempuan, menciptakan sebuah tampilan tentang bagaimana perempuan turut berkontribusi dalam segala lini, baik profesional, pemerintahan, politik, dan sektor lainnya, tidak hanya terbatas pada ranah rumah tangga, hal ini kemudian mengantarkan perempuan pada representasi diri yang mandiri dan berdaya.

Konsep representasi di era digital dapat diartikan sebagai bentuk identitas digital yang digunakan untuk berinteraksi dalam ruang yang lebih besar, melalui presentasi diri dalam bentuk tampilan visual (Dodson dalam Husna dan Fahrimal, 2021). Pergerakan feminisme dan kesediaan ruang ekspresi bagi perempuan membentuk keberadaan perempuan sebagai sebuah representasi yang ditunjukkan kepada publik, guna mendobrak kultur patriarki ekstrem yang mengakar di masyarakat. Salah satu bentuk penerapan yang merefleksikan representasi perempuan berdaya sebagai agenda feminisme dalam medium TikTok adalah tren “*feminie energy*” di TikTok. Tren ini umumnya menampilkan narasi tentang identitas feminitas perempuan yang kembali pada “energi feminin” layaknya kelembutan, ketenangan, daya tarik, dan kemampuan memengaruhi laki-laki secara emosional.

Dalam representasinya, perempuan tidak dapat dilepaskan dengan konsep feminitas. Dalam masyarakat patriarkal, konsep feminitas dikonstruksi sebagai atribut pada perempuan sebagai identitas sosial yang ideal. Fakta ini kemudian sejalan dengan yang disampaikan oleh R. W. Conell (Udasmoro dan Rahmawati, 2018) bahwa feminitas dalam konteks hegemonik menjadi sifat ideal perempuan yang umumnya diterima di masyarakat luas. Pada permukaannya, konten ini dipresentasikan sebagai bentuk pemberdayaan perempuan, yakni mengajak perempuan untuk mengenali kekuatan dirinya. Namun, jika dianalisis secara kritis dalam perspektif feminisme struktural, tren ini berpotensi mereproduksi norma patriarkal dengan cara yang lebih implisit.

Di titik inilah urgensi akademis muncul, di mana penelitian mengenai representasi gender di media sosial nyatanya sudah cukup banyak, tetapi fokus pada konten standar perempuan berdaya, di mana tanggapan laki-laki menjadi tolak ukur keberhasilan sebagai bentuk implementasi praktik feminisme keliru oleh perempuan modern, masih sangat terbatas. Selain itu, dampak masif yang ditimbulkan oleh eksistensi TikTok, yang tidak hanya bergerak sebagai ruang interaksi masyarakat, tetapi juga menjadi ruang publik digital di mana dalam konteks representasi identitas gender, hal ini dibentuk, dipertukarkan, dan distandarisasi. Hal ini terbukti dari perolehan data jumlah penetrasi TikTok di Indonesia pada tahun 2025.

Dilansir dari situs resmi APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2025) diketahui bahwa TikTok menjadi media sosial yang dominan digunakan oleh masyarakat Indonesia, dimana penggunaanya mencapai 160 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia pada Maret 2025. Fakta lainnya menunjukkan bahwa persentase pengguna TikTok perempuan mencapai 56,3%, sedangkan 43,7% adalah laki-laki menurut data gender audiens (datareportal, 2026). Dari hasil data yang terkuak, diketahui bahwa perempuan berperan sebagai partisipan yang lebih aktif menggunakan media sosial TikTok dibanding laki-laki.

Popularitas TikTok bukan tanpa alasan, karakter platform berbasis video pendek yang mengintegrasikan fitur audiovisual, musik, filter, hingga rekomendasi dengan sistem algoritmik yang dikenal sebagai “*for you page*” (FYP) menjadi nilai jual paling berdampak bagi para penggunanya. Pada media sosial TikTok,

algoritma menjadi sebuah sistem yang mampu menyebar luaskan ide, narasi, dan konten utuh secara masif tanpa bergantung pada jumlah pengikut. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Taina Bucher, bahwa algoritma bukan sekedar mekanisme teknis, tetapi juga sebagai bentuk kekuasaan simbolik yang menentukan apa yang terlihat dan tersembunyi, serta bagaimana algoritma cenderung memproduksi dan memperkuat bias sosial yang telah eksis (Nikita dan Priadi, 2026). Hal ini kemudian semakin memperkuat bukti bahwa modernisasi mengkonversi peradaban, di mana distribusi dan aksesibilitas akan suatu pesan tersebar dengan sangat mudah.

Media sosial seperti TikTok merupakan bagian dari interpretasi era *new media*, memungkinkan pemakainya untuk memproduksi hingga menyalurkan konten secara partisipatif melalui jaringan internet. Kaplan dan Haenlein, sebagai ahli dalam bidang media sosial mendefenisikannya sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis ideologi dan teknologi, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Nusantara, 2017). Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat, yaitu perubahan-perubahan dalam hubungan dan keseimbangan sosial yang turut mempengaruhi sistem sosial, termasuk nilai-nilai juga pola perilaku yang sudah ada di tengah-tengah masyarakat (Cahyono, 2016).

Dengan demikian, penelitian mengenai kontradiksi prinsip-prinsip feminisme oleh perspektif feminisme keliru sebagai bentuk kritik terhadap eksklusivitas dan fanatisme feminis menjadi penting. Tidak hanya untuk mengisi

celah penelitian yang ada, tetapi juga untuk membuka ruang kesadaran kritis bahwa di balik narasi pemberdayaan perempuan yang dihadirkan, terdapat mekanisme sosial dan kultural yang berpotensi memperkuat hegemoni patriarki dalam bentuk baru di era digital serta miskonsepsi akan feminisme itu sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana representasi perempuan berdaya pada akun TikTok @livlauflove dikritisi berdasarkan analisis wacana kritis menurut Sara Mills?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam mengenai representasi perempuan, ideologi gender, serta feminisme dalam media sosial TikTok, khususnya akun TikTok @livlauflove dalam mengungkap ambivalensi antara pemberdayaan perempuan melalui gerakan feminisme dengan internalisasi budaya patriarki yang masih mengakar kuat.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi referensi dan berkontribusi sebagai acuan penelitian dalam bidang studi yang mengkaji terkait humaniora, terkhususnya bidang ilmu komunikasi, terutama penelitian-penelitian mendatang yang juga mengangkat fenomena mengenai relasi gender dan representasi perempuan di era digital yang terus berkembang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hadirnya penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi studi pustaka dalam pemberian sarana refleksi terhadap cara mengkonsumsi dan memaknai konten bertema femininity, identitas gender, dan bentuk representasinya di media sosial, khususnya media sosial TikTok. Dengan memahami bagaimana konstruksi feminitas modern dibentuk melalui algoritma dan visualisasi media, masyarakat diharapkan mampu bersikap lebih kritis dan selektif dalam menilai pesan-pesan yang beredar di ruang digital.