

**Representasi Gender dalam Media Sosial TikTok: Kajian Semiotika Visual
Sosial Theo van Leeuwen dan Gunther Kress**

Wulan Fadillah, Juanda* & Nensilianti
Universitas Negeri Makassar
wulfadillah2002@gmail.com, nensilianti@unm.ac.id
Corresponding author juanda@unm.ac.id

Dikirim: 7 Desember 2025 Direvisi: 13 Desember 2025 Diterima: 20 Desember 2025 Diterbitkan: 28 Februari 2026

How to Cite: Fadillah, Wulan, et. al. "Representasi Gender dalam Media Sosial TikTok: Kajian Semiotika Visual Sosial Theo van Leeuwen dan Gunther Kress" *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, Vol. 9, no. 1, 2026, pp. 10–26.

Published by Program Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Suryakencana



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

ABSTRACT

This article describe forms of gender representation in TikTok video content based on Theo van Leeuwen and Gunther Kress's theory of Social Visual Semiotics. The research was conducted using a descriptive qualitative approach with an analysis of three visual metafunctions: representational meaning, interactional meaning, and compositional meaning. Data were obtained through documentation techniques and non-participant observation of gender-themed TikTok content. The results show that TikTok is a multimodal space that displays various forms of gender representation, ranging from the reinforcement of traditional stereotypes to resistance to gender role constraints. Multimodal elements such as visuals, text, audio, gestures, camera angles, and lighting work simultaneously to shape social meaning. TikTok thus functions as an ideological arena that helps build public awareness of gender equality.

Keywords: multimodality; gender representation; social visual semiotics; TikTok

Artikel ini mendeskripsikan bentuk representasi gender dalam konten video TikTok berdasarkan teori Semiotika Visual Sosial Theo van Leeuwen dan Gunther Kress. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis tiga metafungsi visual, yaitu representational meaning, interactional meaning, dan compositional meaning. Data diperoleh melalui teknik dokumentasi dan observasi nonpartisipan terhadap konten TikTok bertema gender. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok menjadi ruang multimodal yang menampilkan beragam bentuk representasi gender, mulai dari penguatan stereotip tradisional hingga resistensi terhadap batasan peran gender. Elemen multimodal seperti visual, teks, audio, gestur, sudut pandang kamera, dan pencahayaan bekerja secara simultan membentuk makna sosial. TikTok dengan demikian berfungsi sebagai arena ideologis yang turut membangun kesadaran masyarakat terhadap kesetaraan gender.

Kata kunci: multimodalitas; representasi gender; semiotika visual sosial; TikTok

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada abad ke-21 telah membawa perubahan signifikan terhadap cara manusia berkomunikasi, membangun identitas, dan memahami realitas sosial.

Salah satu dampak yang paling menonjol dari revolusi digital ini adalah kemunculan media sosial sebagai ruang baru bagi pembentukan wacana dan representasi sosial. Media sosial, seperti TikTok, tidak hanya menjadi sarana hiburan dan interaksi, tetapi juga berfungsi sebagai medium ideologis yang membentuk cara individu memandang diri dan orang lain, termasuk dalam hal identitas gender. Dalam konteks ini, representasi gender di media digital menjadi fenomena penting untuk dikaji, sebab ia mencerminkan konstruksi sosial yang berkembang di tengah masyarakat modern (Hall, 1997). Perkembangan teknologi digital selama dekade terakhir (2015–2025) telah mengubah secara mendasar cara individu berkomunikasi dan membangun identitas, termasuk dalam hal konstruksi gender (Handayani et al., 2025). Secara garis besar, representasi adalah struktur teoretis yang digunakan memahami makna dan pemahaman budaya di dunia. Simbol, gambar, atau tanda adalah cara makna dan pemahaman ini diciptakan, dikomunikasikan, dan disimpan (Ekawati et al., 2025).

Salah satu platform yang paling populer saat ini, TikTok, menawarkan ruang virtual yang sangat terbuka untuk berbagai bentuk ekspresi pribadi, termasuk representasi identitas gender yang beragam (Rochman, 2025). TikTok sebagai platform berbasis video pendek telah menjadi fenomena global yang mampu menarik perhatian lintas usia dan budaya. Dengan fitur audio-visual yang dinamis, TikTok memungkinkan setiap individu menjadi produsen sekaligus konsumen konten (*prosumer*), yang berarti bahwa batas antara pembuat dan penikmat media kini semakin kabur. Pengguna tidak hanya mengonsumsi makna yang sudah jadi, tetapi juga secara aktif menciptakan dan menyebarkan makna baru melalui simbol visual, ekspresi tubuh, teks, dan narasi personal (Imelda et al., 2024). Dalam konteks ini, TikTok dapat dipandang sebagai ruang multimodal yang menggabungkan berbagai saluran komunikasi verbal, visual, gestural, dan auditori yang bekerja secara simultan dalam membangun pesan sosial. Media digital membawa perubahan besar dalam cara kita menggunakan bahasa. Komunikasi digital sering kali mengandalkan tanda nonverbal (seperti emoji) untuk menggantikan elemen tatap muka (Wahyuni et al., 2025).

Representasi gender di media sosial sering kali menampilkan ketegangan antara nilai-nilai tradisional dan ideologi modern. Di satu sisi, masih banyak konten yang memperkuat stereotip patriarkal—seperti perempuan yang ditampilkan sebagai sosok emosional, lembut, dan berfokus pada penampilan fisik, sementara laki-laki digambarkan rasional, kuat, dan dominan (Fakih, 2017). Di sisi lain, terdapat pula konten yang menampilkan perempuan sebagai individu independen, kritis, dan berdaya, yang menantang konstruksi sosial lama mengenai peran gender (Wilmanda et al., 2021). Di Indonesia, tingkat ketidaksetaraan gender juga menjadi salah satu yang tertinggi dibandingkan negara-negara lain di Asean. Budaya patriarki yang menjamur di Indonesia terlebih didukung secara norma dan adat (Nirwanpatra, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi arena kontestasi makna antara ideologi patriarki dan wacana kesetaraan gender.

Feminisme adalah gerakan untuk memperjuangkan kebebasan perempuan dalam menentukan arah hidupnya, bukan pemberontakan terhadap laki-laki atau struktur sosial seperti pernikahan. Feminisme liberal menekankan pentingnya kesetaraan hak perempuan dengan laki-laki, meskipun tetap mengakui perbedaan biologis yang tidak dapat (Ulva & Syam Saguni, 2025) Budaya patriarki ini memunculkan adanya konsep dimana dominasi laki-laki terhadap perempuan adalah hal yang wajar, menimbulkan narasi bahwa sifat gender perempuan yang lemah lembut, halus penuh perasaan, emosional, membawa pemahaman bahwa

perempuan tidak layak menjadi seorang pemimpin karena dikhawatirkan tidak bisa membuat keputusan (Juanda & Azis, 2018). Perempuan dalam iklan sering digambarkan dalam konteks yang mendukung norma-norma sosial yang melekat, seperti keberhasilan perempuan terutama diukur dari kemampuannya dalam memenuhi tugas-tugas rumah tangga atau mendukung keharmonisan keluarga (Rohman, 2025).

Dalam konteks akademik, pembacaan representasi gender pada media digital tidak dapat dilepaskan dari teori semiotika visual sosial yang dikembangkan oleh (Gunther Kress dan Theo van Leeuwen, 2006). Teori ini berpijak pada pandangan bahwa setiap visual adalah teks sosial yang memiliki tata bahasa tersendiri, dan dapat dianalisis melalui tiga metafungsi utama, yaitu *representational meaning* (apa yang digambarkan), *interactional meaning* (bagaimana hubungan antara pembuat dan penonton dibentuk), serta *compositional meaning* (bagaimana unsur-unsur visual disusun untuk menciptakan makna). Dengan kata lain, visual bukan sekadar gambar, tetapi bentuk komunikasi sosial yang mengandung nilai ideologis. Oleh karena itu, teori ini sangat relevan untuk digunakan dalam menganalisis visualisasi gender di media sosial yang sarat dengan tanda-tanda sosial dan budaya. Gerakan ini berupaya memberdayakan perempuan untuk mencapai posisi yang setara di berbagai bidang kehidupan tanpa mendominasi atau mengeksploitasi (Juanda, 2017).

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti keterkaitan antara media sosial dan representasi gender. (Mukti et al., 2023) menemukan bahwa perempuan dalam konten TikTok sering direpresentasikan dalam konteks kecantikan dan relasi romantik, sementara laki-laki lebih banyak ditampilkan dalam aktivitas fisik dan profesional. Penelitian (Yuwono et al., 2024) mengungkapkan bahwa media digital menjadi arena ideologis tempat perempuan mulai mengartikulasikan perlawanan terhadap norma patriarki. Sementara itu (Aini et al., 2025), berfokus menganalisis makna visual pada poster film menggunakan teori semiotika sosial Gunther Kress yang menyoroti bagaimana elemen visual seperti warna, tipografi, tata letak, serta ekspresi karakter berinteraksi untuk membentuk makna dan suasana tertentu.

Kesenjangan inilah yang menjadi dasar penting penelitian ini. Kajian terhadap representasi gender di TikTok perlu dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang mampu membaca struktur visual secara menyeluruh dan sistematis. Pendekatan Semiotika Visual Sosial Theo van Leeuwen dan Gunther Kress dipandang tepat karena tidak hanya menelaah isi visual, tetapi juga relasi sosial yang dibangun melalui gambar dan komposisi visual. Pendekatan ini membantu mengungkap bagaimana makna gender dibentuk, dinegosiasikan, atau bahkan ditantang melalui simbol-simbol yang tampil secara visual dalam video TikTok (Firdausiyah & Syahreni, 2024).

Relevansi akademik, kajian ini juga memiliki nilai sosial. TikTok sebagai media yang sangat populer di kalangan remaja dan dewasa muda Indonesia memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan persepsi dan perilaku sosial. Representasi gender yang muncul di dalamnya berpotensi membentuk cara generasi muda memahami konsep maskulinitas dan feminitas. Sejalan dengan pandangan (Hall, 1997) bahwa representasi adalah “praktik yang memproduksi makna,” maka visualisasi gender di TikTok dapat dipahami sebagai bentuk praksis sosial yang turut mengonstruksi realitas sosial di era digital. Dengan demikian, analisis terhadap representasi gender dalam TikTok bukan hanya relevan secara akademik, tetapi juga penting untuk memahami dinamika ideologi dan relasi sosial dalam masyarakat kontemporer.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis representasi gender dalam media sosial TikTok menggunakan teori semiotika visual sosial Theo van Leeuwen dan Gunther Kress. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian multimodalitas, literasi visual, serta pemahaman kritis terhadap representasi gender di media digital, khususnya dalam konteks budaya Indonesia yang sedang mengalami transformasi sosial dan ideologis.

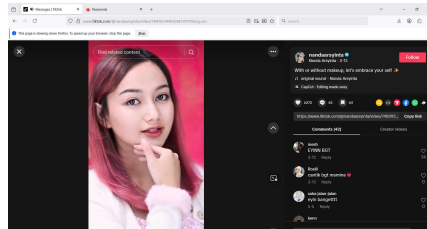
METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori Semiotika Visual Sosial (Gunther Kress dan Theo van Leeuwen, 2006). Data diperoleh melalui observasi nonpartisipan dan dokumentasi terhadap 28 akun TikTok publik yang menampilkan konten bertema gender seperti @nandaarsyinta, @vmuliana, @may_alinn, @reyyy_hn, dan @humairah.s. Analisis dilakukan melalui tahapan: Representasi makna – menelaah siapa dan apa yang ditampilkan dalam video serta aktivitas yang dilakukan; Interaksi makna – menganalisis relasi antara subjek dan audiens melalui arah tatapan, jarak sosial, serta sudut pandang kamera; Komposisi makna – menelaah tata letak, warna, pencahayaan, dan framing visual yang membentuk makna ideologis. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik, serta *peer debriefing* untuk memastikan objektivitas interpretasi (Sugiyono, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Representational Meaning

Data 1



Gambar 1. akun tiktok @nandaarsyinta_

(D1/TT1/@nandaarsyinta/00:55/12-02-2025/2025)

“Seorang perempuan memperlihatkan wajahnya dengan makeup rapi, lalu menghapusnya hingga wajah natural terlihat”

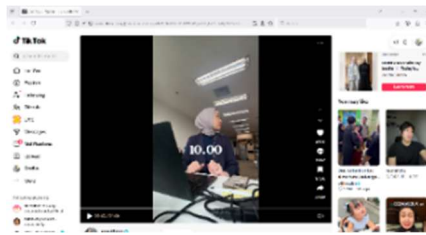
Video ini menggambarkan bentuk keberdayaan perempuan, kecantikan tidak hanya diukur dari penampilan luar, tetapi juga dari keyakinan dan nilai diri yang ditunjukkan. TikTok berperan sebagai sarana bagi perempuan untuk menegaskan keaslian dan kepercayaan diri mereka, sekaligus mengajak penonton untuk melihat kecantikan sebagai sesuatu yang beragam dan otentik.

Bentuk representasi gender dalam video ini tampak melalui aspek aksi, yaitu tindakan konkret perempuan yang memperlihatkan dua kondisi berbeda. Pada awalnya, ia menampilkan wajah dengan riasan yang rapi, kemudian secara perlahan menghapusnya hingga terlihat wajah alami. Aksi ini menunjukkan proses perubahan identitas visual yang dikendalikan oleh dirinya sendiri. Perempuan tidak lagi diposisikan sebagai objek pasif yang hanya ditampilkan untuk

dilihat, melainkan sebagai subjek aktif yang memiliki kuasa atas bagaimana dirinya direpresentasikan di ruang publik digital.

Dari sisi keadaan, video ini menampilkan dua bentuk identitas perempuan yang merepresentasikan makna simbolik. Riasan glamor mencerminkan konstruksi kecantikan tradisional yang masih melekat pada nilai-nilai sosial, sementara wajah natural menandakan penerimaan diri dan keaslian. Perpaduan keduanya menggambarkan bahwa sifat feminin bersifat fleksibel dan beragam sesuai konteks. Hal ini memperlihatkan bahwa representasi perempuan tidak lagi bergantung pada satu standar kecantikan yang tetap, melainkan pada pilihan personal yang mencerminkan nilai dan kenyamanan diri.

Data 2



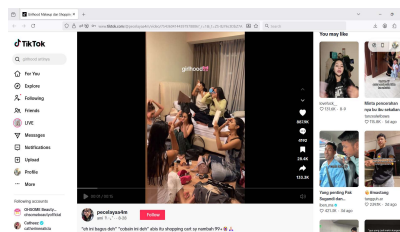
Gambar 2. Akun tiktok @vmuliana

[/D2/TT2/@vmuliana/01.30/14-12-2024/2025](https://www.tiktok.com/@vmuliana/01.30/14-12-2024/2025)

“Perempuan yang bekerja di kantor, melakukan “trend a day in my live” di TikTok, dia menyorot seluruh aktivitas yang ia lakukan dimulai dari ia di perjalanan menuju kantor sampai pulang kantor. Dalam teks overlay yang terlihat di frame, ia menuliskan “Satu hari sebagai pegawai BUMN”

Representasi gender dalam video ini tampak melalui penampilan perempuan yang menjalani rutinitas profesional sebagai pegawai BUMN. Ia memperlihatkan rangkaian kegiatan dari berangkat ke kantor, bekerja, hingga kembali ke rumah. Aksi ini menonjolkan kemandirian dan produktivitas, menunjukkan perempuan sebagai agen aktif yang mengatur dirinya sendiri di ranah publik. Perempuan juga digambarkan sebagai figur profesional dan mandiri. Aktivitas seperti menyiapkan dokumen, menghadiri rapat, dan menyelesaikan tugas menjadi keadaan yang merepresentasikan kapasitas perempuan untuk berperan aktif di ruang publik. Teks “Satu hari sebagai pegawai BUMN” menegaskan identitas profesional dan kontinuitas aktivitasnya sepanjang hari. Bentuk representasi gender yang muncul ialah feminitas kritis dan profesional, perempuan ditampilkan sebagai sosok mandiri dan kompeten. Representasi ini menantang stereotip tradisional yang membatasi perempuan hanya pada ranah domestik.

Data 3



Gambar 3. Akun tiktok @pecelayaa4m

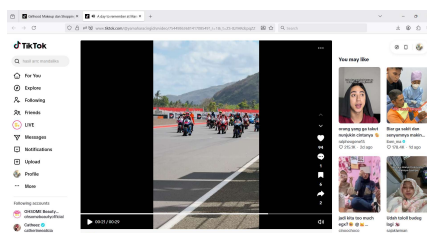
(D3/TT3/@pecelayaa4m/00.15/28-08-2025/2025)

“Sekumpulan perempuan yang sedang melakukan aktivitas makeup disertai obrolan dan canda gurau di dalam satu ruangan, dengan teks overlay di layar “girlhood”

Video ini menampilkan keadaan identitas feminin yang dilekatkan pada praktik kecantikan dan konsumsi produk. Teks overlay “girlhood” menjadi simbol kebersamaan dan solidaritas perempuan, menegaskan feminin sebagai identitas kolektif. Makeup tidak hanya berfungsi sebagai produk estetika, tetapi juga sebagai penanda keakraban dan bentuk ekspresi diri bersama. Bentuk representasi gender yang muncul ialah feminitas komunal, yang menonjolkan solidaritas dan kebersamaan antarperempuan. Namun, representasi ini juga mempertahankan pandangan tradisional yang mengaitkan perempuan dengan dunia kecantikan, sehingga membentuk makna ambivalen: di satu sisi menguatkan solidaritas, di sisi lain mempertegas keterikatan perempuan dengan ranah estetika.

Bentuk representasi gender dalam video ini tampak melalui aktivitas sekelompok perempuan yang melakukan makeup bersama di sebuah ruangan. Aksi berbondan secara kolektif disertai obrolan dan tawa memperlihatkan bahwa praktik kecantikan bukan hanya aktivitas individual, tetapi juga pengalaman sosial yang mempererat kebersamaan. Penonton diajak melihat bagaimana perempuan memaknai makeup sebagai bagian dari interaksi yang hangat dan akrab.

Data 4



Gambar 4. Akun tiktok @yamaharacingidn

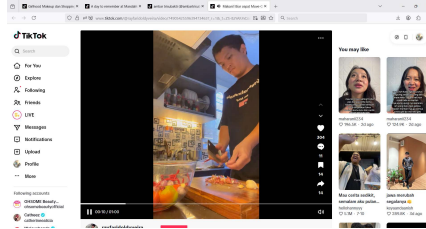
(D4/TT4/@yamaharacingidn/00.29/01-09-2025/2025)

“Para pembalap laki-laki sedang mempersiapkan diri di paddock dan sirkuit Mandalika, mulai dari menyiapkan perlengkapan, bersiap dengan motor, hingga menunjukkan momen balapan di lintasan. Kamera menyorot suasana ramai dengan banyak pembalap lain yang ikut serta, memperlihatkan interaksi di area paddock dan aksi balap di trek”

Representasi gender dalam video ini terlihat melalui aktivitas para pembalap laki-laki yang bersiap di paddock hingga balapan di lintasan. Aksi seperti menyiapkan perlengkapan, berdiskusi dengan tim, dan mengendarai motor menampilkan laki-laki sebagai figur aktif, berani, dan kompetitif, memperkuat citra dunia balap sebagai arena kekuatan fisik dan ketangguhan mental. Keadaan maskulin dibangun melalui simbol seperti pakaian balap, motor sport, dan suasana sirkuit yang penuh energi. Caption dan hashtag seperti #UntukMerahPutihSemakinDiDepan serta #ARRC2025 menegaskan semangat nasionalisme dan kebanggaan kolektif yang melekat pada identitas maskulin para pembalap.

Bentuk representasi gender yang muncul ialah maskulinitas tradisional yang menonjolkan keberanian dan semangat kompetitif. Laki-laki diposisikan sebagai figur dominan di ruang publik dengan identitas yang terbentuk melalui kekuatan, disiplin, dan solidaritas tim.

Data 5



Gambar 5. Akun tiktok @rayfaridoldyveira

(D5/TT5/@rayfaridoldyveira/01.00/07-04-2025/2025)

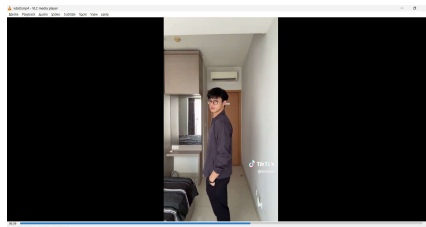
“Seorang laki-laki sedang berada di dapur memasak hidangan berupa ikan bakar, sambal tumis, dan sayur bayam. Ia terlihat fokus menyiapkan makanan, sesekali menatap ke arah kamera namun tidak secara intens, sehingga tetap terasa natural. Pencahayaan minim khas dapur sederhana, sementara musik barat bernuansa santai mengiringi suasana. Pada bagian caption tertulis “Makan!! Biar cepat Move-on” yang memberi konteks emosional sekaligus humor pada aktivitas memasak tersebut.”

Representasi gender dalam video ini ditunjukkan melalui aksi laki-laki yang memasak di dapur. Ia terlihat mempersiapkan bahan, mengolah ikan bakar, sambal tumis, dan sayur bayam hingga menyajikan hasil masakannya. Aksi tersebut menggambarkan keterampilan dan kemandirian laki-laki dalam aktivitas domestik, menegaskan bahwa pekerjaan rumah bukan hanya tanggung jawab perempuan. Laki-laki digambarkan dalam situasi santai namun reflektif di ruang dapur. Caption “*Makan!! Biar cepat Move-on*” memperlihatkan suasana emosional dan makna personal dari kegiatan memasak, yang dihadirkan sebagai cara menenangkan diri sekaligus mengekspresikan perasaan.

Bentuk representasi gender yang muncul adalah maskulinitas domestik reflektif, laki-laki tampil sebagai sosok aktif dan emosional di ranah rumah tangga. Representasi ini menantang pandangan tradisional dan menunjukkan pergeseran nilai dalam konstruksi peran gender.

Interactional Meaning

Data 6



Gambar 6. Akun tiktok @leovarr

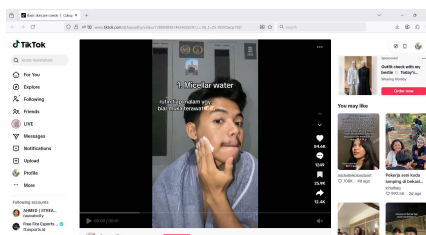
(D6/TT6/@leovarr /00:15/05-11-2024/2025)

“Laki-laki muda berdiri tegak di depan kamera dengan jarak medium-shot, menampilkan tubuh dari kepala hingga kaki. Tatapannya tidak intens ke kamera sehingga menciptakan kesan jarak netral. Kamera diambil frontal dengan eye-level, memperlihatkan posisi yang sejajar dengan penonton. Pencahayaan terang dan visual yang jernih menampilkan detail outfit secara jelas, diperkuat dengan teks di layar “this basic fit.”

Jarak sosial (*social distance*) dalam video ditampilkan melalui penggunaan *medium close-up*, yang memperlihatkan wajah dan bahu sehingga interaksi terasa akrab namun tetap terukur. Sudut pandang (*angle*) diambil dari posisi *eye-level* yang menghadirkan kesan kesetaraan antara subjek dan audiens. Tidak ada dominasi atau jarak hierarkis, melainkan hubungan visual yang sejajar. Tingkat realitas visual (*modality*) diperkuat oleh pencahayaan lembut dan warna natural yang memberikan kesan realistis, sehingga menonjolkan keaslian dan keseharian subjek tanpa kesan artifisial.

Bentuk *interactional* gender yang muncul dari aspek *interaksional* ini adalah maskulinitas modern yang egaliter dan autentik. Laki-laki ditampilkan sebagai sosok yang terbuka, komunikatif, dan apa adanya, bukan figur dominan atau agresif seperti dalam stereotip tradisional. Melalui cara berinteraksi yang natural dan setara, video ini menegaskan bahwa maskulinitas dapat diekspresikan lewat kejujuran, kedekatan, dan kesederhanaan dalam menjalin hubungan dengan audiens.

Data 7



Gambar 7.akun tiktok @haryadhy

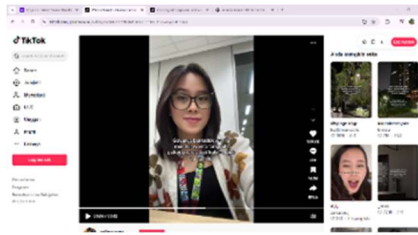
(D7/TT7/@haryadhy/00:41/07-07-2024/2025)

“Laki-laki muda duduk di depan kamera sambil mengaplikasikan skincare malam ke wajahnya. Ia menatap langsung ke kamera (*demand gaze*), menciptakan kesan ajakan dan keterlibatan dengan penonton. Jarak medium shot memperlihatkan wajah dan gerakan tangan secara jelas, sementara sudut kamera *eye-level* menampilkan posisi sejajar antara subjek dan audiens”

Jarak sosial (*social distance*) ditunjukkan melalui *medium shot* yang menghadirkan kedekatan wajar antara subjek dan penonton, menciptakan interaksi santai dan informatif. Sudut pandang (*angle*) sejajar mata (*eye-level*) menegaskan kesetaraan, sementara *modality* visual yang natural—pencahayaan lembut dan warna seimbang—menampilkan kesan realistis tanpa kesan glamor.

Bentuk *interaksional* yang ditampilkan melalui aspek *interaksional* ini menunjukkan maskulinitas modern yang egaliter, terbuka, dan reflektif. Laki-laki digambarkan percaya diri tanpa dominasi, menormalisasi perawatan diri sebagai bagian dari gaya hidup kontemporer yang inklusif dan autentik serta menormalisasi praktik perawatan diri sebagai bagian dari gaya hidup masa kini. Representasi ini menandai pergeseran dari stereotip maskulinitas tradisional.

Data 8



Gambar 8. akun tiktok @zahrarauu_

(D8/TT8/@zahrarauu_/00.12/29-05-2025/2025)

“Perempuan dance trend tiktok dengan menambahkan narasi tulisan di frame video”

Video TikTok dari akun @zahrarauu_ menampilkan seorang perempuan yang melakukan *dance trend* di ruangan kantor. Pada aspek interaksional, arah tatapan (*gaze*) berupa *demand gaze* menunjukkan pandangan langsung ke kamera yang menciptakan kesan kedekatan personal dengan audiens. Perempuan tampil percaya diri, seolah sedang berinteraksi langsung dengan penonton, membangun hubungan visual yang intim dan komunikatif. Jarak sosial (*social distance*) melalui *medium shot* menempatkan tokoh pada jarak akrab sehingga memperkuat kesan keterhubungan dan kehangatan visual.

Sudut pandang (*angle*) sejajar mata (*eye-level*) memperlihatkan relasi setara antara tokoh dan penonton, menampilkan perempuan sebagai subjek yang mandiri dan profesional. Namun, teks *overlay* bertuliskan “Gayanya berkedok wanita mandiri, wanita tangguh, pekerja keras, tapi kalau capek ya nangis” menciptakan ambivalensi makna. Tatapan percaya diri dan bahasa tubuh yang tegas berlawanan dengan narasi teks yang mereproduksi stereotip perempuan sebagai sosok emosional dan rapuh.

Data 9



Gambar 9. akun tiktok @sadampermanawiyana

D9/TT9/@sadampermanawiyana/00.20/05-08-2025/2025)

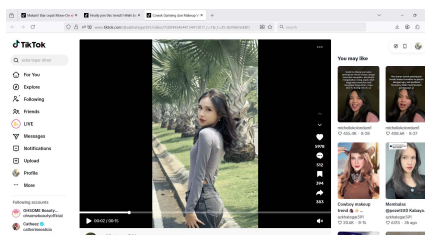
“Laki-laki memperlihatkan dua lembar kertas: “Normalisasi laki-laki tidak merendahkan perempuan” dan “Perempuan punya hak yang sama”. Kamera medium close-up, pencahayaan terang, ekspresi datar, dan fokus visual tertuju pada tulisan di kertas.”

Video TikTok dari akun @sadampermanawiyana menampilkan bentuk representasi gender dalam aspek interaksional melalui cara laki-laki muda membangun hubungan dengan audiens. Arah tatapan (*gaze*) berupa *demand gaze* menunjukkan pandangan langsung ke kamera, menciptakan kesan ajakan dan kedekatan personal. Tatapan ini menandakan keterlibatan aktif laki-laki dalam menyampaikan pesan kesetaraan gender serta membangun relasi yang lebih

emosional dengan penonton. Jarak sosial (social distance) direpresentasikan melalui penggunaan medium close-up, yang menghadirkan kedekatan wajar antara subjek dan penonton tanpa kesan dominatif.

Sudut pandang (*angle*) sejajar mata (*eye-level*) memperkuat kesan kesetaraan antara tokoh dan audiens, menghadirkan hubungan visual yang akrab dan komunikatif. Laki-laki ditampilkan bukan sebagai figur otoritatif, melainkan sebagai rekan sejajar yang menyuarakan nilai kesetaraan. Sementara itu, tingkat realitas visual (*modality*) ditampilkan melalui pencahayaan terang dan tampilan sederhana, menonjolkan kesan natural dan apa adanya. Tampilan yang tidak berlebihan memperkuat makna ketulusan pesan serta keseriusan dalam menyuarakan isu kesetaraan gender.

Data 10



Gambar 10. akun tiktok @azkhategar391

D10/TT10/@azkhategar391/00.15/27-08-2025/2025)

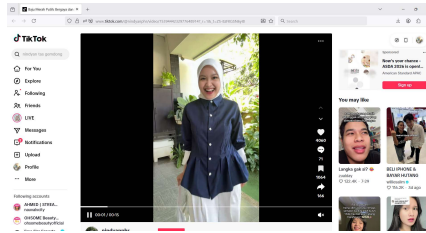
“Seorang laki-laki yang berdandan dan bergaya seperti perempuan. Ia mengenakan pakaian serta makeup perempuan, lalu berpose layaknya perempuan sambil menghadap kamera. Musik santai mengiringi suasana, dengan pencahayaan netral (tidak terlalu cerah maupun redup). Pada bagian caption tertulis “misi lewat dulu” disertai hashtag #Barbiecianjur, yang memberi kesan humoris”

Video TikTok ini menampilkan seorang laki-laki mengenakan pakaian dan riasan feminin dengan gestur khas perempuan. Pada aspek interaksional, tatapan (*gaze*) berupa *demand gaze* menunjukkan pandangan langsung ke kamera, menciptakan kesan kedekatan personal dengan penonton. Hal ini diperkuat oleh caption “misi lewat dulu” dan hashtag #Barbiecianjur yang memberi nuansa humoris dan interaktif, seolah mengajak audiens terlibat dalam makna video. Jarak sosial (social distance) melalui *medium shot* menghadirkan hubungan visual yang akrab antara subjek dan penonton.

Sudut pandang (*angle*) sejajar mata (*eye-level*) menegaskan relasi setara antara tokoh dan audiens. Kombinasi antara tatapan langsung, jarak dekat, dan sudut sejajar menunjukkan upaya laki-laki menegosiasikan identitasnya secara terbuka. Ia tampil percaya diri dengan atribut feminin, menampilkan ekspresi diri yang melampaui batas maskulinitas tradisional.

Compositional Meaning

Data 11



Gambar 11. akun tiktok @nindyanphr

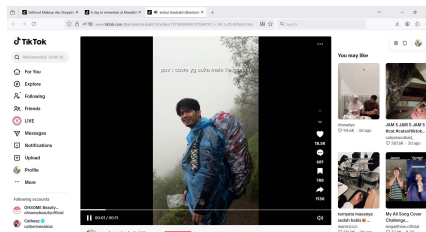
(D11/TT11/@nindyanphr/00:15/18-08-2025/2025)

“Tubuh perempuan ditempatkan tepat di pusat frame sehingga outfit biru navy menjadi titik perhatian utama. Teks caption promosi muncul di bagian layar “harusnya berburu diskon pake merah putih ya tapi gemess banget lagi ini bajunya. LINK BIO NO 54 from @lilys.today” dan berpadu dengan musik latar trendi. Pencahayaan terang serta warna busana yang kontras dengan latar membuat pakaian tampak menonjol, sementara keseluruhan elemen visual tersaji harmonis tanpa pemisahan yang mengganggu.”

Aspek komposisional pada video ini ditunjukkan melalui penempatan posisi (*information value*), yakni penempatan tubuh perempuan di pusat frame sehingga outfit biru navy menjadi fokus utama. Teks caption yang muncul di bagian layar memperkuat pesan visual dengan menambahkan dimensi promosi dan konteks sosial. Penonjolan unsur visual (*Salience*) ditampilkan melalui penggunaan warna busana yang kontras dengan latar, pencahayaan terang, serta kualitas visual yang menonjolkan detail pakaian sehingga perhatian audiens diarahkan langsung pada busana. Pembingkai (*Framing*) terlihat melalui kesatuan antara pose tubuh, teks caption, dan musik latar yang trendi, seluruh elemen visual dan audio saling melengkapi tanpa adanya pemisahan yang mengganggu.

Makna dari elemen-elemen visual ini menunjukkan bahwa perempuan dalam video diposisikan sebagai figur yang aktif, mampu menegaskan identitas gendernya melalui penampilan. Penempatan tubuh di pusat frame menegaskan fokus pada perempuan sebagai subjek utama, sementara penggunaan warna dan pencahayaan menyoroti kepercayaan diri serta daya tarik visual. Keselarasan antara pose, caption, dan musik menciptakan narasi bahwa perempuan modern tidak hanya modis, tetapi juga partisipatif dalam budaya populer digital, sehingga representasi gender yang muncul menekankan kemandirian, kreativitas, dan kontrol perempuan atas penampilannya.

Data 12



Gambar 12. akun tiktok @ambartrisubakti13

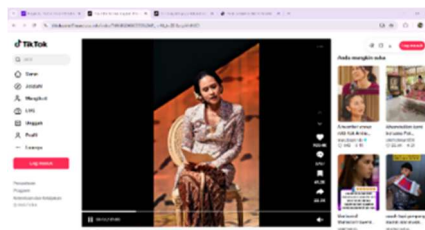
([D12/TT12/@ambartrisubakti13/00.11/02-06-2024/2025](#))

“Seorang laki-laki diperlihatkan dalam rangkaian aktivitas naik gunung dengan berbagai cuplikan situasi. Ia mengenakan jas hujan ketika turun hujan, berganti kaos biasa saat cuaca cerah, dan memakai jaket ketika udara dingin, menandakan adaptasi terhadap kondisi alam. Dalam beberapa momen ia menatap langsung ke kamera, seolah membagikan pengalaman personal kepada penonton. Visual ditampilkan dengan pencahayaan alami yang tidak terlalu terang, serta disertai teks overlay “POV: cowo yang suka main ke gunung” sebagai penanda identitas dan tema video.”

Compositional meaning dalam video ini diperkuat dengan pencahayaan natural dan teks overlay “POV: cowo yang suka main ke gunung” yang berfungsi sebagai penanda identitas sekaligus narasi. Dari sisi penempatan posisi (*information value*), teks dan subjek laki-laki berada di pusat frame, menegaskan fokus visual. Penonjolan unsur visual (*salience*) terlihat dari variasi kostum seperti jas hujan, kaos, dan jaket, yang menekankan ketangguhan dan kesiapan subjek. Pembingkai (*framing*) menyatukan semua elemen visual tanpa pemisahan, menciptakan kesinambungan naratif yang harmonis dan menekankan pengalaman mendaki secara utuh.

Makna elemen-elemen visual ini menegaskan representasi gender maskulinitas petualang, laki-laki digambarkan tangguh, mandiri, dan mampu menghadapi kondisi ekstrem di alam. Penempatan pusat frame, kostum yang menonjol, dan framing yang kohesif memperkuat citra laki-laki sebagai figur utama dalam narasi, menegaskan konstruksi gender tradisional yang mengaitkan laki-laki dengan kekuatan fisik, ketangguhan mental, dan aktivitas publik di alam bebas.

Data 13



Gambar 13. akun tiktok @maudyayunda

([D13/TT13/@maudyayunda/01.00/23-04-2025/2025](#))

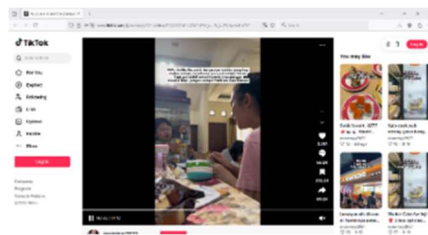
“Perempuan berdiri di panggung membacakan puisi dengan pakaian tradisional kebaya batik, diiringi instrumen musik Gugur Bunga”

Video TikTok dari akun @maudyayunda menampilkan seorang perempuan berdiri di panggung dengan mengenakan kebaya batik, membacakan puisi dengan ekspresi serius. Pada sisi compositional, makna dibangun melalui berbagai elemen visual. Penempatan posisi (*information value*) terlihat dari subjek di pusat frame, menegaskan fokus utama pada perempuan sebagai tokoh sentral. Penonjolan unsur visual (*salience*) diperkuat dengan pencahayaan redup yang menyoroti panggung dan subjek, sehingga perhatian penonton tertuju pada aksi pembacaan puisi. Pembingkai (*framing*) tercipta dari kesatuan antara kebaya, gestur tubuh, panggung, dan musik, menghadirkan kesan harmonis dan khidmat. Modality ditunjukkan

melalui pencahayaan dan nuansa musik yang realistis sekaligus emosional, menekankan keseriusan dan wibawa perempuan sebagai figur publik.

Makna dari elemen-elemen visual ini membentuk representasi gender yang kritis, menegaskan perempuan sebagai sosok publik yang percaya diri, berani bersuara, dan aktif menyampaikan pesan perjuangan serta kesetaraan. Penempatan posisi di pusat frame menegaskan dominasi naratif perempuan, salience menyoroti keberanian dan wibawa subjek, serta framing yang harmonis menguatkan peran perempuan sebagai agen perubahan sosial sekaligus penjaga nilai budaya di ruang publik, sehingga stereotip tradisional yang membatasi perempuan di ranah domestik berhasil ditantang.

Data 14



Gambar 14. akun tiktok @mommy2021

D14/TT14/@mommy2021/00.20/01-04-2024/2025)

“Ibu bersama dua anak laki-laknya di ruang makan rumah. Ibu berteriak marah karena anak tantrum dan tidak mau makan. Teks overlay berisi narasi POV “Ketika ibu sakit dan punya toddler yang lagi males makan, kesabaran pun jadi setipis tissue. Tapi gak boleh emosi karena bisa ganggu mood si bayi. Jangan sampai tantrum dua duanya”

Pada level compositional, makna dibangun melalui berbagai elemen visual. Penempatan posisi (*information value*) menunjukkan ibu dan anak-anak berada di pusat frame, menegaskan fokus utama pada interaksi domestik. Penonjolan unsur visual (*salience*) diperkuat oleh pencahayaan minim dan teks overlay narasi POV yang menonjol, sehingga emosi lelah dan dramatis tercermin secara jelas. Pembingkai (*framing*) tercipta dari kesatuan antara gerak tubuh ibu, ekspresi anak-anak, teks, dan musik mellow, menghadirkan suasana rumah tangga yang intim dan penuh tantangan.

Makna dari elemen-elemen visual ini menegaskan representasi gender tradisional, perempuan diposisikan sebagai pengasuh utama yang memikul beban emosional keluarga. Penempatan posisi di pusat frame menekankan dominasi naratif ibu dalam rumah tangga, salience menyoroti perjuangan dan kelelahan emosional, sedangkan framing yang utuh membentuk narasi kohesif tentang peran domestik perempuan. Secara keseluruhan, video ini memperkuat stereotip tradisional sekaligus menggambarkan realitas beban ganda yang sering dialami ibu dalam ranah rumah tangga.

Data 15

Gambar 15. akun tiktok @makeupbymansruang

(D15/TT15/@makeupbymansruang/00.29/13-03-2025/2025).

“Seorang laki-laki sedang melakukan proses rias wajah dengan sapuan bedak tipis dan sentuhan warna yang lembut, menghasilkan tampilan yang tetap alami tanpa mengubah kesan maskulin pada dirinya”

Pada video ini, makna dibangun melalui berbagai elemen visual. Penempatan posisi (*information value*) menunjukkan laki-laki berada di pusat frame, menegaskan bahwa subjek adalah fokus utama dari proses rias wajah. Penonjolan unsur visual (*salience*) ditampilkan melalui sapuan bedak tipis dan sentuhan warna lembut yang tetap terlihat alami, sehingga perhatian penonton terfokus pada detail riasan sekaligus wajah subjek. Pembingkai (*framing*) tercipta dari kesatuan antara gerakan tangan, ekspresi wajah, dan pencahayaan ruangan yang natural, membentuk tampilan harmonis dan kohesif.

Makna dari elemen-elemen visual ini menunjukkan representasi gender yang kritis, laki-laki dapat mengekspresikan perawatan diri tanpa kehilangan identitas maskulinnya. Penempatan posisi (*information value*) menekankan peran aktif laki-laki dalam ritual perawatan wajah. Penonjolan visual (*salience*) melalui riasan lembut menyoroti kemampuan menjaga penampilan secara detail, sementara pembingkai (*framing*) yang utuh menekankan bahwa aktivitas perawatan diri dapat dilakukan secara santai, natural, dan setara, menantang stereotip tradisional tentang maskulinitas yang kaku.

PEMBAHASAN

Data 1-5 menunjukkan hasil bahwa TikTok berfungsi sebagai arena ideologis yang citra gender dinegosiasikan. Perempuan dan laki-laki tidak lagi sepenuhnya dikonstruksi secara dikotomis; sebaliknya, mereka mulai tampil sebagai subjek yang berdaya, mampu mengartikulasikan identitasnya melalui media visual. Ini memperlihatkan bahwa teori Semiotika Visual Sosial efektif dalam mengungkap pergeseran makna gender di era digital, representasi tidak bersifat statis, tetapi selalu berproses.

Data 6-10 hasil ini memperlihatkan bahwa setiap teknik visual membawa muatan ideologis tertentu. Sudut pandang kamera berperan dalam membentuk struktur kuasa antara subjek dan audiens. Hal ini selaras dengan pandangan Kress dan van Leeuwen (2006) bahwa interaksi visual memiliki fungsi sosial yang sama pentingnya dengan interaksi verbal. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menampilkan citra, tetapi juga memproduksi relasi sosial baru yang lebih setara dan partisipatif.

Data 11-15 dalam teori Semiotika Visual Sosial, keseimbangan visual, warna, dan pencahayaan adalah kode ideologis yang tidak netral. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

kreator TikTok secara sadar maupun tidak menggunakan kode visual tersebut untuk menyampaikan pesan sosial. Dengan demikian, elemen estetika tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik visual, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi ideologi gender. Fenomena ini membuktikan bahwa TikTok merupakan ruang multimodal tempat berlangsungnya produksi dan reproduksi makna sosial melalui gramatika visual. Kress & van Leeuwen (2006) menegaskan bahwa setiap elemen visual adalah tanda sosial; karenanya, representasi gender di TikTok sesungguhnya mencerminkan relasi kekuasaan dan ideologi masyarakat digital Indonesia masa kini.

Era digital yang semakin berkembang, iklan menjadi bagian utama dari strategi pemasaran yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi produk, tetapi juga sebagai media yang merefleksikan nilai-nilai sosial persepsi, mengkonstruksi realitas sosial, dan mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap berbagai isu dan budaya dalam masyarakat (Sukhfi et al., 2025). Kini, era digital memberikan ruang bagi perempuan untuk menjadi subjek aktif dalam membentuk citra diri mereka, media sosial memungkinka perempuan mengartikulasikan identitas secara personal dan beragam (Rarame & Riswandi, 2025). Dimensi estetika digital dalam media sosial turut memperkuat proses representasi dengan menekankan pentingnya tampilan visual yang estetik dan menarik secara komersial maupun simbolik (Dinata Bella, 2025).

Pola-pola tertentu dalam representasi gender yang tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga mempengaruhi cara masyarakat berinteraksi dengan isu-isu gender (Oktapiyani & Hamdani, 2024). Ada banyak sisi positif yang kita dapatkan melalui aplikasi Tiktok tersebut, Tiktok memberikan cukup banyak informasi, memberikan hiburan, dan berbagai hal trending saat ini daoat kita ketahui secara cepat melalui Tiktok (Wiana et al., 2025). Media sosial juga menjadi ruang bagi ekspresi identitas gender yang beragam. Melalui visibilitas berbagai ekspresi gender dan penggunaan bahasa yang lebih inklusif, konstruksi gender tradisional mulai dipertanyakan dan dibongkar (Octavianti et al., 2025).

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa representasi gender dalam konten video TikTok dibentuk melalui tiga aspek utama dalam Semiotika Visual Sosial. Pada aspek representational, identitas gender ditampilkan melalui aksi, ekspresi, dan keadaan visual yang menunjukkan bahwa TikTok menjadi ruang untuk mereproduksi sekaligus menegosiasikan makna gender. Interactional meaning memperlihatkan bahwa tatapan, jarak sosial, dan sudut kamera membentuk relasi antara kreator dan penonton, sehingga citra gender hadir dalam hubungan visual yang egaliter maupun hierarkis. Pada compositional meaning, penataan elemen visual seperti posisi subjek, warna, pencahayaan, dan teks overlay menyusun makna ideologis yang dapat menguatkan atau menantang stereotip gender. Secara keseluruhan, TikTok berfungsi sebagai ruang multimodal yang dinamis, tempat identitas gender direpresentasikan secara berlapis, fleksibel, dan kontekstual.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyarankan agar kajian berikutnya memperluas objek dan metode, misalnya dengan menganalisis respons audiens atau representasi gender non-biner yang semakin tampak di media digital. Kreator konten diharapkan dapat lebih sadar dalam membangun representasi gender yang inklusif dan tidak bias, sementara pendidik serta praktisi literasi digital dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk memperkuat pemahaman kritis masyarakat, khususnya remaja, terhadap visualisasi gender di media sosial.

Masyarakat umum juga diimbau untuk lebih selektif dan kritis dalam menyerap pesan visual di TikTok, mengingat setiap elemen visual tidak netral, tetapi mengandung nilai ideologis yang berpotensi membentuk cara pandang terhadap identitas gender.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., Wardana, J., Al Thafunnisa, F., Sahtiani Jahir, A., Thafunnisa, A., & Jahir, S. (2025). Representasi Makna Poster pada Film Agak Laen: Semiotika Sosial Gunther Kress. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology and Educational Research*, 2(1b), 1873–1882. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i1b>
- Dinata Bella. (2025). Tubuh, Gender, dan Agensi: Kajian Antropologi Visual tentang Representasi Perempuan di Media Sosial. *Nizamiyah: Jurnal Sains, Sosial, Dan Multidisiplin*. <https://ejournal.albahriah-institut.org/index.php/nizamiyah>
- Ekawati, S., Daksa, A. F., Azzuhdi, N. A., & Sudiwijaya, E. (2025). Representasi Perempuan dan Budaya Konsumen dalam Iklan Shopee 9.9 2024. *Jurnal Audiens*, 6(1), 118–130. <https://doi.org/10.18196/jas.v6i1.566>
- Fakih, M. (2017). analisis gender dan transformasi sosial. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01.
- Firdausiyah, H., & Syahreni, J. M. (2024). *Kampanye Anti Bullying Pada Konten Instagram @PEACEGENID: Analisis Semiotika Multimodal Kress dan Van Leeuwen Anti-Bullying*. <http://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/>
- Gunther Kress dan Theo van Leeuwen. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd ed.). Routledge.
- Hall, S. (1997). Representation: Cultural Representations and signifying practices spectacle of the other. *Sage Publication*.
- Handayani, L., Mahdalena, V., BP, L. R., & Uljanatunnisa. (2025). Dinamika Gender dalam Ruang Maya. *Global Komunika*, 8(2). <https://ejournal.upnvj.ac.id/GlobalKomunika/article/view/11359>
- Imelda, R. W., Prayogo, R. A., Silvia, N., Th. Musa, D., & Alamri, A. R. (2024). Gender Resistance in Women's Beauty in TikTok. *Indev: Literasi Media Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.31958/indev.v3i2.13309>
- Juanda. (2017). *Gender Phenomenon in Short Story by Fanny J. Poyk in Media on Line, Indonesia*. <http://kafaah.org/index.php/kafaah/index>
- Juanda, J., & Azis, A. (2018). Penyingkapan Citra Perempuan Cerpen Media Indonesia: Kajian Feminisme. *Lingua: Journal of Language, Literature and Teaching*, 15(2). <https://doi.org/10.30957/lingua.v15i2.478>
- Mukti, I., Asriadi, M., & Kunci, K. (2023). *Core : Journal of Communication Representasi Perempuan Pada Tayangan Video Dalam Media Sosial TikTok*.
- Nirwanpatra, I. (2025). Representasi Perempuan dalam Kepemimpinan Infrastruktur Melalui Media Sosial Instagram @KementerianPU. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal*

Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi, 10(2), 384–396.
<https://doi.org/10.52423/jikuho.v10i2.1580>

- Octavianti, A., Purwanto, E., Hidayati, A., Sari, H. J., & Rachman, Z. (2025). Teori Feminis dalam Dekonstruksi Representasi Perempuan di Media Sosial. *CONVERSE Journal Communication Science*, 2(1), 12. <https://doi.org/10.47134/converse.v2i1.4395>
- Oktapiyani, D., & Hamdani, A. (2024). Model Analisis Wacana Kritis Sara Mills dalam Menganalisis Representasi Gender di Media Sosial: Studi Kasus pada Narasi Feminisme dalam Konten Digital 2024. *Jurnal Membaca Bahasa & Sastra Indonesia*.
<http://dx.doi.org/10.30870/jmbasi.v10i1.30297>
- Rarame, O. A., & Riswandi. (2025). Representasi Perempuan dalam Media Sosial: Analisis Konstruksi Gender pada Akun TikTok @Feminiyou. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/10612>
- Rochman, F. N. (2025). Persepsi Masyarakat Terhadap Representasi Pria Androgini di TikTok: Analisis Wacana Kritis pada Konten Fendi Beau. *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 05(04). <https://doi.org/10.69957/relasi.v5i04.2265>
- Rohman, K. (2025). Representasi Perempuan dalam Iklan Komersial : Analisis Feminis pada Media Televisi. *Governance: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*.
<https://doi.org/10.56015/gjikplp.v12i1.483>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Sukhfi, A. M., Pratista, H. R., & Sudiwijaya, E. (2025). Representasi Peran Perempuan dan Kesetaraan Gender dalam Iklan Skincare Forebie. *Analogi Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(02), 27–33. <https://doi.org/10.61902/analogi.v3i2.1510>
- Ulva, A., & Syam Saguni, S. (2025). Kajian Feminisme Liberal. *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*, 8(1), 91–100.
- Wahyuni, W., Ramdhani, M., Susanti, A. P., & Pratama, R. J. (2025). Representasi Gender dalam Tindak Tutur Ilokusi Selebgram Lombok di Instagram: Kajian Pragmatik Digital. *Sebesa Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(2), 574–588.
<https://doi.org/10.29408/sbs.v8i2>
- Wiana, R. A., Puspita, D. S., & Syahril Afwan. (2025). TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital. *Jurnal Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. <https://doi.org/10.71242/vwjgjn31>
- Wilmanda, G., Hariyanti, N., & Hariyanto, D. (2021). Citation: Gesilia Wilmanda dan Nunik Hariyanti (2025) Pergeseran Standar Kecantikan Indonesia di TikTok @cadburylemonade: Kajian Analisis Wacana Kritis. 13(2). <https://doi.org/10.21070/kanal.v13i2.1832>
- Yuwono, S., Lesmana, F., & Ambat, Y. T. (2024). Melukis Kembali Penggambaran Citra Gender dalam Media Massa. *Jurnal Komunikatif*, 13(1), 111–120.
<https://doi.org/10.33508/jk.v13i1.5144>