

Representasi Femininitas Shasa Zhanial Di Media Sosial Tiktok

Aprilia Permata Putri¹, Rah Utami Nugrahani², Yoka Pradana³

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, tatapril@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, rutamin@telkomuniversity.ac.id

³ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, yokapradana@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Femininity is a word that is synonymous with women, often interpreted as the condition of being a woman. TikTok social media with users dominated by women has now become a place to express femininity that tends to be constructed by Influencers. The method used is Roland Barthes' Semiotics with primary data, namely the five most popular contents, and it shows the three aspects of Bartky's femininity: body shape, attitude, and appearance. The study aimed to understand and analyze the signs and symbols in Shasa Zhanial's TikTok Social Media content that represent femininity. The results of the study show that Shasa Zhanial's content represents the three practices of Bartky's femininity. In terms of body shape, Shasa shows a slim and proportional body. The attitude aspect is shown through emotional expression, cheerfulness, motherhood, and acceptance of traditional gender roles. In terms of appearance, Shasa Zhanial shows a detailed makeup and hair styling process, creating a standard of beauty for her followers. Then the aspect of romantic relationships is also consistently present in her content, reflecting the material of femininity on social media through the involvement of a partner. Research shows that Shasa Zhanial's TikTok content displays practices of body discipline and objectification of women, revealing the deliberate and constructed achievement of femininity according to Bartky's practices of femininity.

Keywords-femininity, influencer, Shasa Zhanial, gender norms, social media, beauty standards, gender representation

Abstrak

Femininitas merupakan kata yang identik dengan perempuan, sering kali diartikan sebagai kondisi menjadi perempuan. Media sosial TikTok dengan pengguna yang didominasi oleh perempuan kini menjadi wadah mengekspresikan femininitas cenderung dikonstruksi oleh Influencer. Metode yang digunakan adalah Semiotika Roland Barthes dengan data primer yaitu lima konten paling populer dan menunjukkan ketiga aspek femininitas Bartky yaitu bentuk tubuh, sikap, dan penampilan. Tujuan penelitian adalah untuk memahami dan menganalisis tanda-tanda dan simbol dalam konten Media Sosial TikTok Shasa Zhanial yang merepresentasikan femininitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Shasa Zhanial merepresentasikan ketiga praktik femininitas Bartky. Pada aspek bentuk tubuh, Shasa menunjukkan tubuh ramping dan proporsional. Aspek sikap ditunjukkan melalui ekspresi emosional, keceriaan, keibuan, dan penerimaan terhadap peran gender tradisional. Dalam aspek penampilan, Shasa Zhanial memperlihatkan proses riasan wajah dan styling rambut yang detail, menciptakan standar kecantikan bagi pengikutnya. Lalu aspek hubungan asmara juga konsisten hadir dalam kontennya, mencerminkan materi femininitas di media sosial melalui keterlibatan pasangan. Penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok Shasa Zhanial menampilkan praktik disiplin tubuh dan objektifikasi perempuan, mengungkap pencapaian femininitas yang disengaja dan dikonstruksi sesuai praktik femininitas menurut Bartky.

Kata Kunci-femininitas, influencer, Shasa Zhanial, norma gender, media sosial, standar kecantikan, representasi femininitas

I. PENDAHULUAN

Femininitas sering dikaitkan dengan konsep bagaimana seorang wanita seharusnya, yang dibentuk oleh norma-norma sosial dan institusi. Sandra Lee Bartky menjelaskan bahwa disiplin tubuh berbeda antara perempuan dan laki-laki, dan femininitas dianggap sebagai pencapaian dalam menegakkan norma-norma gender. Di era digital, media sosial seperti TikTok memainkan peran penting dalam mengonstruksi dan mengekspresikan femininitas. Platform ini menguatkan ideologi patriarki dan stereotip gender, serta menjadi ruang bagi perempuan untuk menampilkan identitas feminin mereka, misalnya melalui penggunaan make up, fashion, dan konten kehidupan asmara. Selain itu, influencer di TikTok berperan besar dalam membentuk persepsi femininitas dengan menampilkan citra feminin yang ideal.

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana femininitas direpresentasikan dalam konten TikTok Shasa Zhanía, seorang influencer di Indonesia. Dengan pendekatan kualitatif dan metode semiotika Roland Barthes, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna tersembunyi di balik tanda-tanda yang digunakan dalam konten Shasa Zhanía. Melalui analisis gambar, teks, dan perilaku, penelitian ini berupaya mengidentifikasi simbol dan mitos kultural yang ada dalam representasi femininitasnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang dinamika gender dalam konteks media digital, serta mengisi kesenjangan literatur mengenai representasi femininitas di media sosial, khususnya di TikTok.

A. Latar Belakang

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Shasa Zhanía merepresentasikan femininitas dalam konten yang dibagikannya di platform media sosial TikTok?

C. Tujuan

Berdasarkan konteks yang telah disampaikan, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menggali serta menganalisis tanda-tanda dan simbol-simbol yang digunakan dalam konten media sosial TikTok milik Shasa Zhanía, yang menggambarkan femininitas.

D. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan terhadap bidang ilmu komunikasi, kajian gender, dan studi media sosial dengan memperluas pemahaman tentang bagaimana femininitas direpresentasikan dalam konteks media sosial. Hasilnya diharapkan dapat menjadi panduan dan referensi penting untuk penelitian masa depan yang mengadopsi analisis semiotika Roland Barthes dalam mengkaji femininitas.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat, khususnya pengguna aktif media sosial TikTok, mengenai dampak dari ekspresi pendapat di platform tersebut.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Rangkuman Teori

1. Feminitas

Menurut Sandra Bartky, femininitas mencakup praktik-praktik yang membentuk sikap dan perilaku tubuh perempuan agar terlihat feminin. Pandangan Bartky menyatakan bahwa femininitas melibatkan serangkaian tindakan yang menghasilkan postur dan perilaku tubuh yang secara sosial dianggap feminin. Bartky juga menyoroti bahwa ekspektasi terhadap karakteristik feminin sering kali membatasi perempuan dan mendorong mereka untuk memenuhi standar citra tubuh yang dianggap ideal. Bartky (1990) menjelaskan bahwa konsep tubuh ideal bagi perempuan berubah-ubah seiring dengan perkembangan waktu, dipengaruhi oleh ukuran dan bentuk tubuh yang umum pada masa tersebut.

Dalam hal sikap, tingkah laku, gestur tubuh, dan gerakan sehari-hari, Bartky mencatat bahwa perempuan menghadapi keterbatasan dalam ekspresi mereka dibandingkan dengan laki-laki. Bartky juga menyoroti tekanan bagi perempuan untuk selalu tampil cantik, baik dengan menggunakan make-up maupun melalui perawatan lainnya. Bagi Bartky, ini adalah praktik disiplin di mana perempuan dianggap sebagai permukaan yang harus dihias. Mereka

menggunakan berbagai produk seperti make-up, krim wajah, pelembab, dan masker untuk mencapai standar kecantikan yang dianggap ideal.

2. Femininitas Media Sosial

Dalam era media sosial, berbagai cara dan konteks femininitas perempuan tercermin dengan jelas. Media sosial memberikan platform bagi perempuan untuk mengekspresikan identitas dan diri mereka secara luas. Dinsmore (2014) dalam penelitiannya “Chicks Be Like”: Masculinity, Femininity, and Gendered Double Standards in Youth Peer Cultures on Social Media” menunjukkan bahwa perempuan sering membagikan konten yang menampilkan kemampuan mereka dalam menggunakan make up dan fashion sebagai demonstrasi dari femininitas materi. Mereka juga sering menampilkan hubungan asmara mereka dengan menunjukkan kegiatan bersama pasangan, hadiah yang diterima, dan kadang-kadang bahkan menghapus konten tersebut jika hubungan mereka mengalami keretakan. Femininitas perempuan dalam media sosial mencerminkan keragaman ekspresi dan identitas dalam berbagai konteks. Mecca (2019), dalam penelitiannya, mengidentifikasi dua karakteristik femininitas yang diekspresikan perempuan melalui selfie: pertama, dalam bentuk kecantikan fisik seperti kulit cerah, pipi tirus, dan bibir merah; kedua, sebagai ekspresi keberuntungan yang mengartikan kesadaran eksistensi dan identitas diri, menunjukkan perempuan sebagai subjek yang memiliki kontrol penuh atas tubuh mereka sendiri.

3. Representasi

Representasi adalah cara di mana suatu hal atau konsep tercermin melalui tindakan atau keadaan yang mewakili atau menyampaikan pesan yang memiliki makna. Ini juga dapat merujuk pada penggunaan bahasa atau gambaran untuk mengkomunikasikan makna yang lebih dalam dari dunia kepada orang lain. Representasi berperan penting dalam proses pembentukan dan transformasi makna dalam budaya, di mana anggota-anggota budaya menggunakan simbol-simbol untuk menjelaskan atau membangun makna tertentu (Diani, Lestari, & Maulana, 2017). Stuart Hall menjelaskan bahwa representasi berfungsi untuk menafsirkan sesuatu, yaitu dengan menjelaskan dan menggambarkan dengan menggunakan gambaran imajinatif untuk membentuk pemahaman atau perasaan tertentu. Representasi digunakan untuk mengartikan atau membangun makna dari simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi (Diani, Lestari, & Maulana, 2017).

Representasi adalah proses untuk membentuk dan memahami makna dari konsep melalui penggunaan bahasa dan simbol-simbol. Stuart Hall mengidentifikasi tiga pendekatan dalam proses representasi: reflektif, intensional, dan konstruksi. Pendekatan reflektif menggunakan bahasa untuk merefleksikan makna objek dari dunia nyata, sementara pendekatan intensional mengkomunikasikan pandangan individu. Pendekatan konstruksi melibatkan pembangunan makna melalui berbagai simbol seperti suara, gambar, dan cahaya dalam media. Hall juga memaparkan konsep encoding dan decoding untuk menjelaskan bagaimana media memproses dan audiens memahami pesan yang disampaikan.

4. Media Sosial TikTok

Media sosial adalah salah satu bentuk media komunikasi massa. Van Dijk mengartikan media sosial sebagai platform yang menekankan keberadaan pengguna dan memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi di antara mereka, sehingga dapat dianggap sebagai wadah daring yang memperkuat interaksi sosial (Nasrullah, 2015). Andreas Kaplan dan Michael Haenlein menjelaskan bahwa media sosial terdiri dari aplikasi-aplikasi berbasis internet yang berakar pada ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran User-Generated Content (UGC). UGC adalah konten yang dihasilkan oleh pengguna, konsumen, atau pengikut dalam media sosial, seperti blog atau wiki, dan semuanya dibuat oleh individu atau entitas pihak ketiga melalui platform tersebut (Cahyono, 2016). TikTok adalah platform video pendek yang menggabungkan musik dengan durasi maksimal 10 menit. Platform ini berfokus untuk menginspirasi kreativitas dan memberi kebahagiaan kepada penggunanya. Fitur utamanya mencakup watermark video, fitur editing langsung, efek kreatif, Video Challenge, dan Lipsync, memungkinkan pengguna untuk mengedit, membuat, dan berbagi video dengan beragam pilihan efek dan filter, serta kemampuan untuk menantang diri dalam membuat konten.

B. Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu

Semua tabel harus diberi nomor dengan angka Arab. Setiap tabel harus memiliki keterangan. Judul harus ditempatkan di atas tabel, kiri rata. Hanya garis horizontal yang boleh digunakan dalam tabel, untuk membedakan

judul kolom dari isi tabel, dan tepat di atas dan di bawah tabel. Tabel harus disematkan ke dalam teks dan tidak disediakan secara terpisah. Di bawah ini adalah contoh yang mungkin berguna bagi penulis.

Tabel 1. Jurnal Internasional

Nama Peneliti & Tahun	Adrienne Evans (2023)	Fatimah, Sili, Asanti (2019)	Marion Braizaz (2023)	Zulhumor Radjabovna Juraeva (2022)	Sofia P. Caldeirah, Sofie Van Bauwel, and Sander De Ridder (2022)
Judul Artikel	Feminity in the 21 st Century	The Masculinity and Femininity Traits of Female Character in Roth's 'INSURGENT' Novel	Feminity and Fashion : How Women Experience Gender Role Through their Dressing Practices	Gender Stereotypes in the Mirror of the Categories of Masculinity and Feminity in Various Linguocultures	Photographa ble femininities in women's magazines and on Instagram.
Jenis Literatur & Nama Penerbit	Jurnal ilmiah yang dipublikasikan dalam Current Opinion in Psychology. Nama penerbitnya adalah Elsevier Ltd.	Jurnal ilmiah, redaksi jurnal ilmu budaya	Jurnal ilmiah dipublikasikan oleh CADERNOS AA	EuropEAN Journal of Innovation in Nonformal Education (EJINE)	Jurnal Ilmiah dipublikasikan oleh Sage Journals
Link DOI	10.1016/j.copsyc.2022.1015	-	10.4000/cadernosa.2001	-	https://doi.org/10.1177/13675494211003197
Masalah Penelitian	Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana sensibilitas postfeminis beradaptasi dengan perubahan budaya, khususnya dalam konteks media sosial dan digital serta meningkatnya visibilitas feminisme. Fokusnya adalah ambiguitas femininitas di era kontemporer, psikologisasi	Sifat-sifat maskulin dan feminin dari karakter perempuan dalam novel Insurgent karya Roth. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah karakter perempuan dapat memiliki lebih banyak sifat maskulin atau feminin, serta untuk memperkuat gagasan bahwa novel dapat	Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik estetika dapat mendukung singularitas sementara perempuan dan laki-laki dikelilingi oleh standar kecantikan yang jelas dan signifikan?	Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana stereotip gender tercermin dalam praktik diskursif dari perwakilan berbagai jenis kelamin, serta bagaimana kategori maskulinitas dan femininitas tercermin dalam	Juraeva, Z. R. (2022). Gender Stereotypes in the Mirror of the Categories of Masculinity and Feminity in Various Linguocultures. European Journal of Innovation in Nonformal Education, 2(3). Ketegangan yang timbul dari etos

	postfeminis, dan kompleksitas identitas dalam konteks online/offline. Penelitian juga mencermati adaptasi femininitas dalam teknologi baru seperti “metaverse” dan fotografi deep-fake.	digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran pembaca tentang fenomena yang terjadi di masyarakat.		berbagai linguokultur. Selain itu, penelitian juga bertujuan untuk memahami bagaimana perbedaan perilaku tutur antara pria dan wanita, serta bagaimana persepsi terhadap norma gender berubah seiring waktu.	khas media mengenai representasi gender dan mempertany akan bagaimana politik representasi gender dapat dinegosiasikan melalui praktik estetika.
Metode Penelitian	Tinjauan Literatur melalui lensa postfeminist sensibility.	Penelitian kualitatif dengan teknik analisis konten.	Kualitatif dengan wawancara semi-struktural.	Kualitatif dengan metode linguistik gender.	Kualitatif dengan metode teks analisis.
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa femininitas dalam konteks postfeminist sensibility mengalami perubahan yang signifikan akibat pengaruh media digital, budaya digital, dan aktivisme feminis digital. Perubahan ini juga memunculkan tantangan baru terkait representasi gender dan pengaruh misogini dalam jaringan digital. Selain itu, penelitian masa depan perlu memperhatikan adaptasi femininitas	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakter utama dalam novel “Insurgent” menunjukkan 18 sifat maskulin dan 5 sifat feminin. Hal ini menunjukkan bahwa kesetaraan gender merupakan isu penting dalam masyarakat, dan bahwa individu dapat memiliki sifat-sifat yang tidak terbatas oleh jenis kelamin mereka. Penelitian ini merekomendasikan analisis lebih lanjut mengenai dampak maskulinitas karakter utama terhadap	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wanita mengalami tekanan dari norma-norma sosial terkait femininitas dan standar kecantikan, namun juga menunjukkan keinginan untuk mengekspresikan identitas dan individualitas melalui pilihan pakaian mereka. Penelitian ini juga menyoroti kompleksitas pengalaman wanita dalam menavigasi	Penelitian ini menyoroti stereotip gender dalam bahasa dan ucapan, dengan fokus pada kategori sosial mengenai maskulinitas dan femininitas. Ada eksplorasi mengenai representasi linguistik maskulinitas dan femininitas dalam budaya berbahasa Inggris dan Rusia, serta bagaimana persepsi terhadap norma gender.	Hasil penelitian ini menunjukkan Representasi femininitas yang sebagian besar terdapat dalam majalah-majalah dianalisis sebagian besar masih mengikuti idealisme kecantikan normatif yang menampilkan banyak sekali perempuan muda, berkulit putih, kurus, dan menarik – sehingga

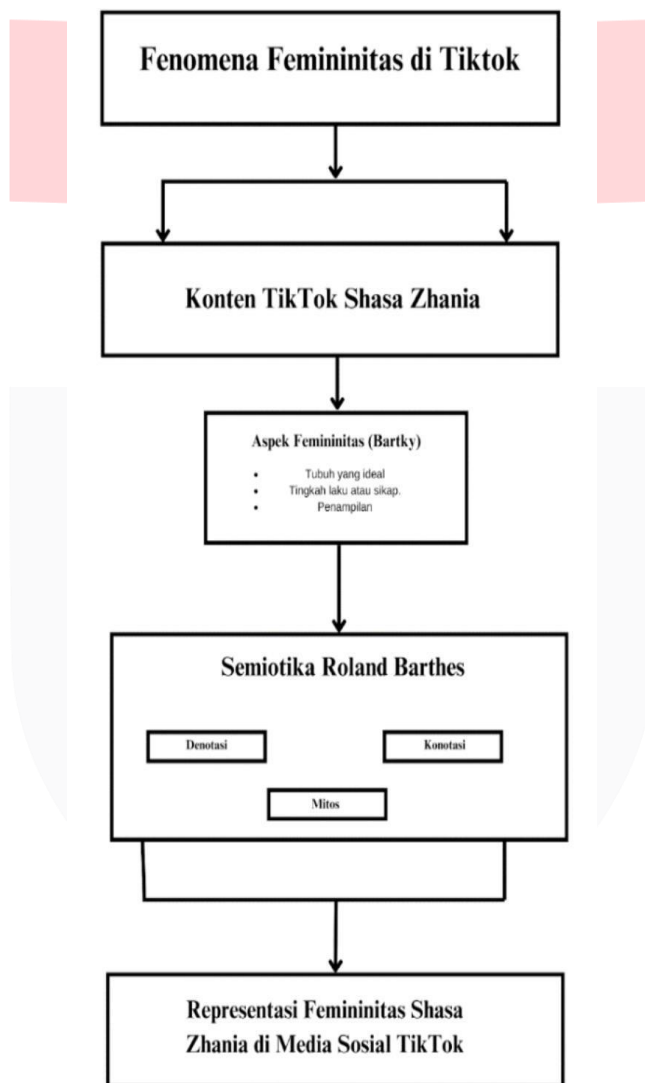
Keterbatasan & perbedaan Penelitian	terhadap teknologi baru dan perubahan politik yang signifikan.	kehidupan sosial dan hubungannya.	harapan sosial dan keinginan pribadi terkait penampilan.	mengandalka n logika dasar keselamatan.	
	Metode dan subjek yang digunakan dalam peneltiin ini berbeda dengan penelitian penulis.	peneltiin ini berbeda dengan penelitian penulis. Penelitian ini mengadopsi teori dengan cakupan sifat yang lebih condong pada pengukuran kuantitatif. Selain itu, perbedaan mendasar terdapat pada penggunaan subjek fiktif dan pilihan teori yang berbeda dibandingkan dengan penelitian penulis sebelumnya.	Perbedaan penelitian disini terletak pada fokus permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, fashion menjadi permasalahan utama yang difokuskan dan mengesamping kan aspek lainnya.	Dalam penelitian ini hanya fokus dalam linguistik serta subjek juga bersifat sangat general.	Dalam penelitian ini fuks pada representasi femininitas yang tergambarka n dalam majalah dan media sosial instagram sedangkan penelitian penulis fokus pada influencer dalam media sosial TikTok
Hasil Olahan Peneliti, 2023					
Tabel 2. Jurnal Internasional					
Nama Peneliti & Tahun	Raihan Rizqi Aghniyaa, Rouli Esther Pasaribu (2023)	Ali Mecca (2019)	Gian Nova Sudrajat Nur (2020)	Ratna Permata Sari (2018)	Naurissa Biasini (2018)
Judul Artikel	FEMINITAS, PATRIARKI: REPRESENTASI RELASI GENDER DALAM DRAMA TELEVISI “FROM FIVE TO NINE”	PHOTO SELFIE AS WOMEN’S EXPRESSION OF FEMININITY	PEREMPUAN DALAM FEMININITA S DAN FEMINITITA S BARU	REPRESENT ASI IDENTITAS PEREMPUAN DALAM VIDEO BLOG SEBAGAI BUDAYA ANAK MUDA (STUDI SEMIOTIKA VLOG GITASAV DI YOUTUBE)	Pergeseran Representasi Feminitas dalam Film Animasi Disney Princess
Jenis Literatur & Nama Penerbit	Jurnal Kata : Penelitian tentang Ilmu Bahasa dan Sastra	Jurnal Seni Media Rekam : CAPTURE	Jurnal Harkat : Media komunikasi Gender.	AJIE – Asian Journal of Innovation and Entrepreneursh ip	Widyakala Volume 5 No. 2

Link DOI	10.22216/kata.v7i1.2252	10.33153/capture.v10i2.2246	10.15408/harkat	-	10.36262/widyakala.v5i2.113
Masalah Penelitian	Representasi relasi gender dalam serial drama televisi "From Five to Nine"	Dalam foto selfie, perempuan tidak lagi diposisikan sebagai objek dari fotografer, tetapi lebih berperan sebagai subjek yang memotret sekaligus subjek yang dipotret.	Femininitas diasumsikan sebagai pelabelan terhadap perempuan, tentang bagaimana perempuan harus berlaku dalam kesehariannya di lingkungan sosial masyarakat sehingga penulis jurnal ini ingin menjelaskan bagaimana tempat perempuan dalam femininitas dan femininitas baru.	Representasi identitas perempuan yang dikaitkan dengan konsep budaya anak muda yang digambarkan dalam vlog Gitasav	Film animasi Disney Princess memengaruhi pandangan penonton terhadap femininitas, yang seharusnya mengikuti perkembangan gelombang feminisme untuk memberikan gambaran yang akurat tentang peran perempuan dalam setiap era.
Metode Penelitian	Analisis semiotika menggunakan teori semiotika kode-kode televisi milik John Fiske.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah audience research.	Pendekatan kualitatif metode studi literatur.	Studi semiotika Roland Barthes Pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme	Kualitatif analisis wacana kritis Sara Mills.
Hasil Penelitian	Drama ini berusaha untuk menunjukkan bahwa seharusnya tidak terdapat pemisahan peran gender dan dominasi salah satu gender di dalam hubungan antara laki-laki	Hasil penelitian menunjukkan dua hal. Pertama, kecantikan fisik. Kedua, femininitas sebagai ekspresi kebertubuhan.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa femininitas sebelumnya menganggap perempuan sebagai objek praktik pengendalian	Ditemukan tiga jenis identitas antara lain identitas budaya, identitas sosial dan identitas pribadi yang lekat dengan budaya anak muda.	Terdapat pergeseran representasi femininitas yang terjadi dalam film animasi Disney Princess, meskipun menunjukkan

	dan perempuan. Hal ini karena baik laki-laki maupun perempuan dapat saling melengkapi dan saling membutuhkan satu sama lain tanpa ada pihak yang lebih dominan		agar menjadi tubuh yang patuh untuk mencapai sesuatu yang 'normal' dan 'ideal' sedangkan dalam femininitas baru mengajak perempuan untuk menikmati praktik femininitas ini dengan menjadikan dirinya sebagai subjek, perempuan merepresentasikan dirinya berdasarkan keinginannya sendiri.		ketidaksetaraan dan justru menampilkan sisi pemberontakan dalam diri perempuan.
Keterbatasan & perbedaan Penelitian	Drama “From Five to Nine” masih berlatarkan Jepang tahun 2015, yang mana terbilang cukup lama dan budayanya berbeda dengan Indonesia. Perbedaan penelitian terletak pada kebaruan dan subjek yang diteliti, jika dalam jurnal ini subjek yang diteliti adalah film sedangkan dalam skripsi penulis adalah sosial media TikTok influencer bernama Sasha Zhania.	Dalam penelitian ini fokus hanya pada selfie perempuan dalam media sosial facebook sedangkan penelitian penulis fokus pada salah satu influencer dalam media sosial TikTok.	Penelitian ini hanya fokus membedakan femininitas lama dan femininitas baru tanpa salah satu subjek yang spesifik yang artinya “perempuan” disini digeneralisasi. Berbeda dengan penelitian penulis yang mana meneliti satu subjek yang spesifik yaitu influencer TikTok bernama Shasa Zhania.	Pada penelitian ini cenderung lebih fokus pada perempuan dalam konsep budaya anak muda yang mana memiliki teori yang berbeda dengan penelitian penulis.	Dalam penelitian ini fokus pada subjek yang fiktif.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini akan menguraikan bagaimana postfeminist sensibility berinteraksi dengan perubahan konteks budaya, terutama dalam hal media sosial dan digital serta meningkatnya visibilitas feminisme. Fokusnya adalah pada ambiguitas dan ambivalensi femininitas yang relevan di era kontemporer, serta psikologisasi dan pemosisian emosional dari postfeminist sensibility. Penelitian juga akan menjelajahi kompleksitas keterkaitan online/offline dan digital/non-digital dalam pembentukan identitas individu. Selain itu, penelitian ini akan mempertimbangkan adaptasi femininitas dalam teknologi baru seperti “metaverse”, fotografi deep-fake, dan teknologi yang dapat diimplan atau ditelan.



Gambar.1.Kerangka Pemikiran
(Sumber: Analisis Peneliti, 2023)

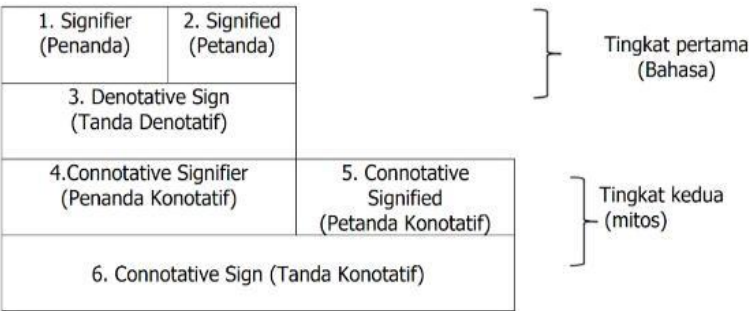
III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Paradigma yang diadopsi dalam penelitian ini adalah paradigma kritis. Paradigma kritis dijelaskan oleh Neuman sebagai suatu paradigma yang memberikan kritik, baik terhadap paradigma positivisme maupun terhadap paradigma penafsiran. Secara umum, paradigma kritis mengartikan ilmu sosial sebagai proses analisis mendalam yang bertujuan melampaui ilusi permukaan untuk mengungkap struktur nyata dalam dunia material, dengan tujuan membantu masyarakat mengubah kondisi mereka dan menciptakan dunia yang lebih baik (Neuman, 2014). Penelitian ini menggunakan paradigma kritis memungkinkan peneliti untuk melampaui analisis permukaan, yaitu interpretasi tanda-tanda, dengan juga mengkritisi struktur sosial dan budaya yang melatarbelakangi representasi tersebut. Dengan demikian, paradigma kritis memberikan kerangka kerja yang lebih menyeluruh untuk mengidentifikasi dan mengatasi ketidakadilan gender yang mungkin tercermin dalam konten TikTok Shasa Zhania, serta untuk mendorong kesadaran dan perubahan sosial.

B. Metode Penelitian

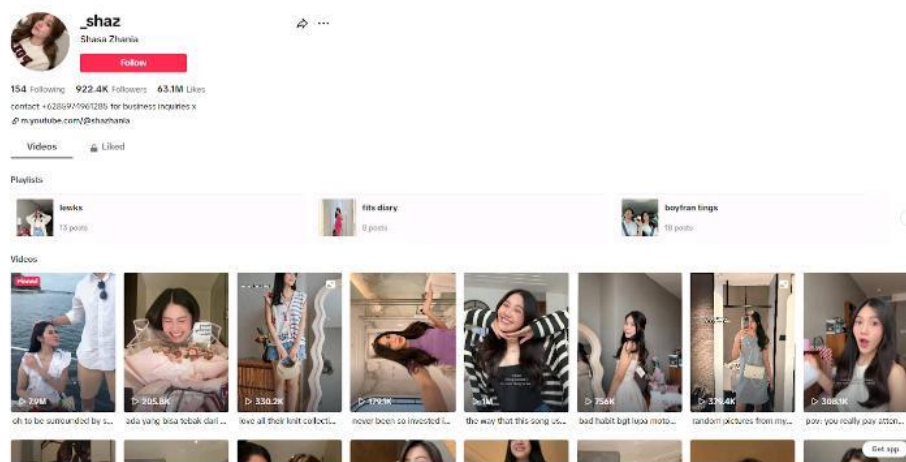
Penelitian ini mengadopsi metode penelitian semiotika, yang merupakan ilmu yang mempelajari tanda-tanda dan segala yang terkait dengan mereka, termasuk cara kerja tanda-tanda tersebut dan hubungannya dengan tanda-tanda lain (Kriyantono, 2020). Semiotika juga memperhatikan pengirim dan penerima tanda, serta bagaimana tanda-tanda ini beroperasi dalam konteks sosial, masyarakat, dan budaya (Preminger). Metode semiotika yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti model yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Pendekatan Barthes terfokus pada analisis “mitos”, di mana tanda-tanda dalam budaya populer digunakan untuk mengesahkan dan menormalkan nilai-nilai tertentu. Konsep mitos ini menggambarkan bagaimana tanda-tanda dan kode-kode dalam media berfungsi untuk menganggap nilai-nilai historis dan kultural sebagai “alamiah” dan “benar” (Barthes, 2017).



Gambar.2.Peta Tanda Roland Barthes (Sumber: Sobur, 2013)

C. Subjek & Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian



Gambar 3.1 Profil TikTok Subjek Penelitian (Shasa Zhania).
Diambil pada 27/03/2024 jam 09.00 AM

Shasa Zhania, yang memiliki username TikTok @_shaz, menjadi subjek penelitian di sini. Dia memiliki 922.4 ribu pengikut dan total likes mencapai 63.1 juta. Shasa Zhania dikenal luas di media sosial, terutama TikTok, karena memiliki ciri khas wanita feminin. Dia dapat dianggap sebagai influencer TikTok yang mulai dikenal pada tahun 2023 setelah mulai membuat konten bersama pacarnya.

2. Objek Penelitian

Menurut Supranto (Ariawan et al., 2019), objek penelitian adalah kumpulan elemen yang bisa berupa individu, organisasi, atau benda yang akan diselidiki. Dalam konteks ini, objek penelitian adalah bagaimana feminitas Shasa Zhania direpresentasikan dalam konten pribadinya di TikTok.

a. Unit Analisis Penelitian

Peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih unit analisis dalam penelitian ini. Mereka menonton seluruh konten TikTok Shasa Zhania, yang berjumlah 528 pada tanggal 27 Maret 2024, dan menyaring konten yang menunjukkan tiga aspek femininitas menurut Bartky: sikap, bentuk tubuh, dan penampilan fisik (makeup). Dari observasi ini, ditemukan 312 konten yang memenuhi kriteria tersebut dan dipilih lima konten dengan engagement tertinggi sebagai unit analisis utama. *Engagement* yang tinggi, termasuk viewers, likes, comment, dan shares, menjadi faktor penting dalam pemilihan ini karena menunjukkan daya tarik konten yang signifikan bagi audiens TikTok.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data adalah hal yang sangat penting dan efektif. Terdapat dua metode utama untuk pengumpulan data: pengumpulan data primer dan sekunder. Kombinasi keduanya direkomendasikan untuk memudahkan proses pengumpulan data. Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari 10 konten TikTok Shasa Zhania yang dinilai memenuhi kriteria femininitas menurut Bartky. Sementara itu, data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak langsung melalui berita, tren, artikel, jurnal, dan penelitian terkait yang relevan dengan topik yang sedang diteliti.

E. Teknik Analisis Data

Data tersebut dianalisis dan diklasifikasikan menggunakan model analisis semiotika Roland Barthes untuk menyimpulkan pertanyaan penelitian. Model ini menggambarkan dua tahap signifikasi: denotasi, yang merupakan makna langsung atau paling nyata dari suatu tanda; dan konotasi, yang merujuk pada makna yang melibatkan emosi

dan nilai-nilai budaya pembaca. Konotasi bersifat subjektif dan terbentuk oleh konteks serta beroperasi melalui konsep mitos. Mitos digunakan untuk menjelaskan bagaimana budaya menginterpretasikan aspek-aspek tertentu dari realitas.

F. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, keabsahan data diperkuat dengan menggunakan teknik ketekunan pengamatan dan triangulasi sumber data. Ketekunan pengamatan mengacu pada pengamatan yang teliti dan rinci secara berkelanjutan terhadap faktor-faktor yang signifikan, dengan proses analisis yang berlangsung terus-menerus atau sementara. Hal ini penting untuk memastikan bahwa penelitian menghasilkan temuan yang konsisten dan tepat. Untuk meningkatkan ketekunan ini, peneliti perlu menggali literatur dan dokumentasi terkait, sehingga memperluas wawasan dan memungkinkan pengecekan ulang terhadap kebenaran data. Sementara itu, triangulasi sumber data melibatkan perbandingan dan pengecekan kembali informasi dari berbagai sumber yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Tujuannya adalah untuk menguji kepercayaan data dengan memastikan konsistensi dan objektivitas, melalui perbandingan data dari literatur terdahulu, berita dari berbagai sumber, dan berbagai jenis konten yang relevan dengan penelitian ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dalam bab ini, peneliti akan menjelaskan hasil analisis dan diskusi mengenai bagaimana femininitas Shasha Zhania direpresentasikan di media sosial TikTok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes untuk mengeksplorasi makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung dalam beberapa scene atau konten yang dipilih. Fokus analisis difokuskan pada lima konten yang memiliki engagement tertinggi, dengan memperhatikan tiga aspek femininitas menurut Bartky: sikap, bentuk tubuh, dan penampilan fisik (makeup). Metode semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengungkap makna serta mengidentifikasi mitos yang tersirat dalam konten TikTok Shasha Zhania tersebut.

B. Pembahasan

Konten TikTok Shasha Zhania menampilkan praktik disiplin tubuh dan objektifikasi perempuan. Penelitian ini mengungkapkan konten TikTok Shasha Zhania dapat dilihat sebagai bentuk pencapaian femininitas yang disengaja dan dikonstruksi melalui berbagai tanda dan simbol sesuai dengan praktik femininitas menurut Bartky. Dengan menekankan pentingnya penampilan fisik dan perilaku yang sesuai dengan norma-norma gender tradisional, konten Shasha Zhania dapat dilihat sebagai reproduksi struktur patriarkal yang mengikat perempuan dalam peran yang terbatas. Praktik ini tidak hanya menuntut upaya fisik dan mental yang signifikan untuk memenuhi standar-standar tersebut tetapi juga memperkuat pandangan bahwa nilai seorang perempuan terutama didasarkan pada penampilan dan kesesuaiannya dengan norma-norma sosial yang ada. Argumentasi Bartky menguatkan kritik ini dengan menunjukkan bahwa femininitas sebagai praktik disipliner menciptakan tubuh yang dikenali sebagai feminin melalui kontrol dan penyesuaian yang ketat, yang pada akhirnya menghambat kebebasan perempuan untuk mengekspresikan diri secara autentik dan merdeka (Bartky, 1990).

Penelitian ini juga mengungkap berdasarkan hasil representasi femininitas sebelumnya bagaimana Shasha Zhania melalui konten TikToknya memperlihatkan objektifikasi perempuan yang ditunjukkan melalui kepatuhannya terhadap norma-norma yang sudah ada, yaitu menekankan pentingnya penampilan fisik, peran tradisional, dan hubungan asmara dalam menentukan nilai dan identitas perempuan. Objektifikasi perempuan, seperti yang dijelaskan oleh Bartky, dapat mengesampingkan pemikiran, prestasi akademik, dan keterampilan mereka dengan menempatkan penekanan yang berlebihan pada penampilan fisik dan kepatuhan terhadap norma tradisional perempuan yang ditetapkan oleh masyarakat. Konten Shasha yang menonjolkan aspek estetika dan kepatuhan terhadap norma-norma femininitas yang ketat juga dapat memperkuat pandangan bahwa nilai perempuan terutama terletak pada penampilan fisik mereka. Ini sesuai dengan pandangan Fredrickson dan Roberts bahwa lingkungan yang mengobjektifikasi secara seksual dapat menyebabkan perempuan melihat diri mereka bukan dari kepribadian mereka, tetapi dari tubuh mereka (Fredrickson dan Roberts, 1970). Melanggengkan praktik disiplin bentuk tubuh dan objektifikasi perempuan dalam konten media sosial seperti yang ditampilkan oleh Shasha Zhania dapat berdampak negatif bagi perempuan yang terpapar jika dipandang sebagai bentuk standar kerempuhan yang ideal. Standar kecantikan yang ketat dan seragam dapat menyebabkan gangguan citra tubuh, rendahnya harga diri, kecemasan, dan perilaku berbahaya seperti diet tidak sehat (Grabe, Ward, & Hyde, 2008; Thompson & Stice, 2001). Praktik

femininitas yang menekankan penampilan fisik dan peran tradisional membatasi potensi perempuan dan menghalangi mereka mengejar minat di luar norma gender tradisional (Bartky, 1990). Objektifikasi perempuan memperkuat pandangan bahwa nilai perempuan terletak pada daya tarik fisik, mengarah pada perlakuan tidak setara dan diskriminasi (Fredrickson & Roberts, 1997). Representasi tubuh perempuan sebagai objek yang harus dihias juga menambah tekanan sosial untuk terus memperbaiki penampilan, yang melelahkan secara emosional dan finansial (McKinley & Hyde, 1996).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten TikTok Shasha Zhania menampilkan praktik disiplin tubuh dan objektifikasi perempuan, mengungkap pencapaian femininitas yang disengaja dan dikonstruksi melalui berbagai tanda dan simbol sesuai dengan praktik femininitas menurut Bartky. Dengan menekankan pentingnya penampilan fisik dan perilaku sesuai norma-norma gender tradisional, konten Shasha Zhania mereproduksi struktur patriarkal yang membatasi peran perempuan. Praktik ini menuntut upaya fisik dan mental yang signifikan untuk memenuhi standar tersebut, memperkuat pandangan bahwa nilai perempuan terutama didasarkan pada penampilan dan kesesuaian dengan norma sosial. Objektifikasi perempuan, seperti dijelaskan oleh Bartky, mengesampingkan pemikiran, prestasi akademik, dan keterampilan, menempatkan penekanan berlebihan pada penampilan fisik dan kepatuhan terhadap norma tradisional. Konten Shasha yang menonjolkan aspek estetika dan kepatuhan terhadap norma-norma femininitas yang ketat memperkuat pandangan bahwa nilai perempuan terletak pada penampilan fisik mereka. Hal ini sesuai dengan pandangan Fredrickson dan Roberts bahwa lingkungan yang mengobjektifikasi secara seksual dapat menyebabkan perempuan melihat diri mereka dari tubuh mereka, bukan dari kepribadian. Standar kecantikan yang ketat dan seragam dapat menyebabkan gangguan citra tubuh, rendahnya harga diri, kecemasan, dan perilaku berbahaya seperti diet tidak sehat, serta membatasi potensi perempuan untuk mengejar minat di luar norma gender tradisional.

B. Saran

1. Saran Akademis

Akademisi dapat memperdalam penelitian tentang bagaimana representasi femininitas di media sosial mempengaruhi persepsi dan perilaku pengikut. Penelitian ini bisa mencakup analisis dari perspektif pengguna tentang dampak jangka panjang eksposur terhadap standar kecantikan yang ditampilkan oleh influencer.

2. Saran Praktis

Dengan banyaknya pengikut yang memberi Shasha Zhania label feminim, ia bisa menggunakan platformnya untuk membahas isu-isu sosial yang relevan dengan audiensnya. Topik seperti stereotip gender, pemberdayaan perempuan, atau kesehatan mental bisa menambah dimensi edukatif pada kontennya dan memberikan nilai tambah bagi pengikutnya.

REFERENSI

- Hollows, Joanne. 2010. *Feminisme, Femininitas, dan Budaya Populer*. Diterjemahkan oleh Bethari Anissa Ismayasari. Yogyakarta: Jalasutra.
- Render, Meredith. 2006. "Misogyny, Androgyny, and Sexual Harassment: Sex Discrimination in a Gender-Deconstructed World." *Harvard Journal of Law & Gender*, vol. 29. 99-150. Law.harvard.edu/students/orgs/jlg/vol291/render.pdf
- Som, W. S. Dan Ferli H. 2017. "Representasi Femme Fatale dalam Novel Cantik Itu Luka karya Eka Kurniawan." *Poetika*, vol. 5, No. 1: 14-25.
- Priyatna, A. (2018). *Kajian Budaya Feminis: Tubuh, Sastra, dan Budaya POP* (M. Subekti Ed. 3 ed.). Yogyakarta: CV. Arti Bumi Intaran

- Taylor, A. (2003). "What's New about 'the New Femininity' Feminism, Femininity, and the Discourse of the New". *Hecate*, Vol 23(2), pp, 182-198.
- Rinahayu, N., & Kristianto, B. (2022). Konstruksi Hubungan Alam dan Manusia melalui Kerangka Maskulinitas Ekologis dalam Film *Jungle* (2017): Ekokritik Sastra. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 5(1), 101–118. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v5i1.349>
- Bartky, S. L. (1990). Foucault, Femininity, and the Modernization of Patriarchal Power. In *Femininity and Domination: Studies in the Phenomenology of Oppression*. Routledge.
- Choirunnisa, & Setiawan, H. (2023). Representation of Femininity on TikTok: A Study on Indonesian Influencers. *Journal of Digital Media Studies*, 12(1), 45-60.
- Cahyono, E. (2016). Understanding Social Media Platforms: From Web 2.0 to User-Generated Content. *Journal of Media and Communication Studies*, 8(2), 77-88.
- Diani, M., Lestari, S., & Maulana, A. (2017). Representation and Media: An Analysis of Cultural Symbols. *International Journal of Communication Studies*, 11(3), 123-139.
- Dinsmore, S. (2014). "Chicks Be Like": Masculinity, Femininity, and Gendered Double Standards in Youth Peer Cultures on Social Media. *Youth & Society*, 46(4), 564-585.
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2015). The Digital Dead End: Gender and the Ironies of the Internet Age. *Feminist Media Studies*, 15(4), 497-514.
- Firamadhina, N. (2020). Exploring Femininity through TikTok: A Case Study of Indonesian Users. *Journal of Social Media Research*, 9(2), 88-102.
- Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality, Volume 1: An Introduction*. Pantheon Books.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Khattab, A. (2020). The Role of TikTok in Shaping Modern Femininity: An Analysis. *Global Media Journal*, 20(1), 34-49.
- Mecca, R. (2019). Selfies, Self-Representation, and the Gendered Gaze. *Visual Communication Quarterly*, 26(3), 205-220.
- Nur, M. (2020). Body Image and Beauty Standards: The Evolution of Femininity in Modern Media. *Journal of Cultural Studies*, 15(2), 115-129.
- Roberti, M. (2022). Influencers and the Feminine Ideal: Digital Media and Gender Representation. *Journal of Media Influences*, 14(1), 77-92.
- Rahmawati, H. (2015). The Impact of Selfies on Gender Representation and Beauty Standards. *Journal of Gender and Media*, 11(2), 98-113.
- We Are Social. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*. We Are Social & Hootsuite.
- Van Dijk, J. (2015). *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. Sage Publications.

Stuart Hall (2003). Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. Sage Publications.

