

**ANALISIS WACANA KRITIS PEREMPUAN DALAM HUBUNGAN ROMANTIS  
PADA KONTEN TIKTOK @NMALICCAA**

**Yulia Afiyah Rahma<sup>1</sup>, Windri Saifudin<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik,  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

<sup>1</sup>[22043010040@student.upnjatim.ac.id](mailto:22043010040@student.upnjatim.ac.id), <sup>2</sup>[windri.saifudin.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:windri.saifudin.ilkom@upnjatim.ac.id)

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the construction of women in romantic relationships in TikTok content created by @nmaliccaa using Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis. The growing popularity of relationship advice content on TikTok has positioned social media as a space that shapes public perspectives on romantic relationships and gender roles. The @nmaliccaa account consistently shares relationship advice encouraging women to be independent, set standards, and value themselves, while simultaneously having the potential to reproduce patriarchal values. This study employed a qualitative approach using Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis. The data were collected through documentation of nine TikTok videos posted by @nmaliccaa, a literature review, and supporting information regarding the creator and the social context surrounding the content. The analysis was conducted through three dimensions: text structure, social cognition, and social context. Research findings indicate that women are constructed as individuals who must improve themselves and set standards in relationships, yet their orientation remains directed toward relationships with men.*

*Keywords: Critical Discourse Analysis, TikTok, Construction Of Women, Romantic Relationships.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi perempuan dalam hubungan romantis pada konten TikTok @nmaliccaa menggunakan Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk. Maraknya konten relationship advice di TikTok menjadikan media sosial sebagai ruang yang membentuk cara pandang mengenai hubungan romantis dan peran gender. Akun @nmaliccaa secara konsisten menyampaikan nasihat hubungan yang mendorong perempuan untuk mandiri, memiliki standar, dan menghargai diri sendiri, namun di sisi lain berpotensi mereproduksi nilai-nilai patriarki. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk. Data diperoleh melalui dokumentasi terhadap sembilan konten TikTok @nmaliccaa, studi pustaka, serta penelusuran informasi mengenai kreator dan konteks sosial. Analisis dilakukan melalui dimensi struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan dikonstruksi sebagai individu yang harus meningkatkan kualitas diri dan menetapkan standar dalam hubungan, tetapi orientasinya tetap diarahkan pada relasi dengan laki-laki.

Kata Kunci: Analisis Wacana Kritis, TikTok, Konstruksi Perempuan, Hubungan Romantis.

## **A. Pendahuluan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana wacana perempuan dalam hubungan romantis dikonstruksi melalui konten TikTok @nmaliccaa serta memahami ideologi dan makna sosial yang terkandung dalam wacana tersebut. Teks media pada dasarnya tidak pernah netral; setiap teks yang disajikan telah melalui proses konstruksi atas realitas, termasuk dalam menempatkan posisi perempuan di tengah masyarakat. Perempuan cenderung ditempatkan pada posisi yang lebih subordinat dibandingkan laki-laki (Fana et al., 2023) dan kerap dikaitkan dengan sikap emosional serta irasional sehingga dianggap kurang mampu memimpin (Kusumaningrum et al., 2023). Subordinasi ini tidak berdiri sendiri, melainkan berakar dari dominasi budaya patriarki yang telah lama mengakar dalam masyarakat Indonesia dan turut menyumbang marginalisasi posisi perempuan, termasuk dalam ranah hubungan romantis (Halizah & Faralita, 2023).

Dominasi budaya patriarki tidak hanya bersifat abstrak, tetapi juga tampak nyata melalui konstruksi peran gender dalam hubungan romantis. Dalam masyarakat patriarkal, laki-laki kerap dikonstruksi sebagai sosok yang dominan, tegas, dan memiliki otoritas dalam relasi romantis, sedangkan perempuan sering diposisikan sebagai pihak subordinat yang nilai dirinya kerap dinilai berdasarkan hubungannya dengan laki-laki. Patriarki merupakan bagian dari ideologi hegemoni, di mana perbedaan gender dimanfaatkan untuk membenarkan adanya ketimpangan kekuasaan (Pithaloka et al., 2023). Gender itu sendiri sesungguhnya merupakan hasil bentukan sosial yang bersifat dinamis dan dapat berubah seiring perkembangan norma budaya (Telaumbanua & Marbun, 2025). Namun dalam praktiknya, konstruksi gender dalam hubungan romantis kerap menetapkan ekspektasi berbeda: laki-laki diharapkan dominan dan aktif, sementara perempuan diharapkan pasif dan adaptif. Ketimpangan ini tidak selalu tampil secara eksplisit, melainkan terselubung dalam narasi

yang tampak wajar dan alamiah, termasuk pada konten media sosial yang dikonsumsi sehari-hari.

TikTok menjadi salah satu platform yang berperan besar dalam mengonstruksi realitas sosial tersebut. Pengguna aktif bulanan TikTok di Indonesia meningkat dari 99,1 juta pada April 2022 menjadi 112,97 juta pada April 2023, menjadikan Indonesia pasar terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat (Maida et al., 2024). Melalui sistem algoritma For Your Page (FYP) yang bekerja secara personalisasi, konten yang sesuai preferensi pengguna dapat menjangkau audiens secara masif tanpa pencarian aktif (Asy'ari & Amelia, 2024). Salah satu jenis konten yang tumbuh pesat di platform ini adalah relationship advice, yang digunakan generasi muda sebagai media belajar informal dalam memahami hubungan romantis dan dinamika gender.

Di antara akun-akun yang aktif memproduksi konten tersebut, akun @nmaliccaa milik Nashatra Malicca, perempuan muda berlatar pendidikan Psikologi Universitas Padjadjaran dengan 668,4 ribu pengikut dan 50,4 juta likes, menjadi salah satu yang paling menonjol. Narasi-narasi seperti “jangan pernah jatuh cinta sama kata-

kata laki-laki” dan “stop begging for the bare minimum” memperlihatkan tegangan sosiokultural: di satu sisi mengusung agenda pemberdayaan melalui penguatan kemandirian perempuan, namun di sisi lain menyimpan kemungkinan bahwa standar nilai diri perempuan tetap dibentuk oleh pola pikir patriarki (Hapsari & Prasetyo, 2026). Ideologi patriarki di media sosial memang kerap muncul secara halus, tersembunyi di balik narasi pemberdayaan (Masruroh et al., 2025). Sehingga perbedaan antara narasi yang tampak memberdayakan dengan potensi munculnya kembali ketimpangan gender menjadi alasan utama penelitian ini dilakukan.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana wacana perempuan dalam hubungan romantis dikonstruksi dalam konten TikTok @nmaliccaa melalui struktur teks, kognisi sosial kreator, dan konteks kekuasaan diskursif yang bekerja di dalamnya. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, digunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) sosio-kognitif Teun A. van Dijk, yang memandang wacana sebagai fenomena tiga lapis yang tidak terpisahkan: struktur teks, kognisi

sosial, dan konteks sosial (Nihayati et al., 2026). Kerangka ini dipilih karena mampu mengungkap tidak hanya apa yang disampaikan konten @nmaliccaa, tetapi juga bagaimana model mental dan ideologi kreator membentuk narasi tersebut serta bagaimana posisinya sebagai opinion leader digital memungkinkan wacana itu tersebar luas dan diterima sebagai kebenaran oleh audiens perempuan muda. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian media dan gender dalam ilmu komunikasi, sekaligus memberi masukan bagi kreator konten dan masyarakat dalam memaknai pesan-pesan relationship advice yang beredar di media sosial secara lebih kritis.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan paradigma kritis, karena bertujuan memahami secara mendalam bagaimana wacana perempuan dikonstruksi, sekaligus membongkar relasi kuasa dan ideologi yang bekerja di balik teks yang tampak alamiah (Sugiyono, 2013). Tipe penelitian yang digunakan adalah analisis teks media dengan metode Analisis Wacana Kritis (Critical

Discourse Analysis) model sosio-kognitif Teun A. van Dijk, yang menganalisis wacana melalui tiga dimensi yang saling berkaitan, yaitu struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial, dengan kognisi berperan sebagai mediator antara teks dan struktur Masyarakat.

Subjek penelitian adalah akun TikTok @nmaliccaa yang dipilih secara purposive karena secara konsisten memproduksi konten relationship advice dari sudut pandang perempuan dan memiliki jangkauan audiens yang luas. Objek penelitian adalah representasi perempuan dalam hubungan romantis yang terkandung dalam konten-konten video tersebut. Korpus data terdiri atas 124 video relationship advice yang diunggah sejak 2021 hingga 2026, terklasifikasi ke dalam sembilan kategori tematik, dari mana dipilih sembilan unit analisis sebagai representasi masing-masing kategori.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik: (1) observasi tidak langsung (non-participant observation) terhadap unsur verbal, visual, dan auditif video serta respons audiens pada kolom komentar; (2) dokumentasi berupa transkrip narasi, caption, dan tangkapan layar elemen visual yang

relevan, dilengkapi data pendukung seperti tanggal unggahan, jumlah tayangan, like, dan komentar; serta (3) studi pustaka terhadap literatur mengenai analisis wacana kritis, konstruksi gender, dan representasi perempuan dalam media digital.

Analisis data dilakukan secara bertahap melalui tiga dimensi Van Dijk. Pertama, analisis struktur teks mencakup makrostruktur (tema dominan), superstruktur (skema dan alur penyampaian), serta mikrostruktur yang meliputi aspek semantis, sintaksis, stilistik, dan retorik. Kedua, analisis kognisi sosial dilakukan melalui inferensi terhadap pola ideologis yang berulang dalam keseluruhan korpus data, mengingat penelitian ini tidak melibatkan wawancara langsung dengan kreator. Ketiga, analisis konteks sosial berfokus pada akses dan kekuasaan @nmaliccaa sebagai opinion leader digital serta bagaimana wacana yang diproduksinya mereproduksi dan menormalisasi ideologi gender di masyarakat. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi teori, dengan turut menggunakan perspektif representasi Stuart Hall dan teori gender, serta triangulasi sumber data melalui pengecekan silang antara narasi verbal

konten dengan pola respons audiens pada kolom komentar.

### **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Berdasarkan analisis terhadap sembilan konten yang dipilih sebagai representasi kategori-kategori wacana yang teridentifikasi, melalui tiga dimensi Analisis Wacana Kritis Van Dijk secara terpadu, penelitian ini menemukan tiga pola wacana dominan yang saling berkaitan dan membentuk satu sistem wacana yang koheren: paradoks pemberdayaan perempuan, naturalisasi peran gender, dan beban adaptasi yang diletakkan pada perempuan.

#### **1. Paradoks Pemberdayaan**

##### ***Perempuan dalam Wacana***

##### ***Hubungan Romantis***

Konten-konten @nmaliccaa secara konsisten mendorong perempuan untuk mandiri, memiliki standar pribadi, berprestasi sendiri, dan berani menyuarakan kebutuhannya. Namun, ketika dibaca melalui tiga dimensi Van Dijk secara terpadu, tujuan akhir yang disodorkan hampir selalu tetap berpusat pada relasi dengan laki-laki. Paradoks ini tersembunyi rapi di balik kosakata pemberdayaan kontemporer

sehingga memerlukan pembacaan yang cermat untuk diungkap.

Pada konten mengenai nilai diri perempuan, secara makrostruktur tema yang diangkat adalah pengembangan diri melalui self-awareness dan kecerdasan emosional, dengan superstruktur yang bergerak dari seruan imperatif “jadilah perempuan yang pintar” hingga ditutup dengan orientasi akhir pada pernikahan. Pada level mikro, kalimat “masculine energy man itu sama sekali tidak tertarik dengan perempuan yang bodoh” menempatkan laki-laki sebagai subjek yang menilai, sementara perempuan menjadi objek yang berusaha memenuhi kriteria tersebut. Penggunaan istilah seperti masculine energy dan emotional intelligence menciptakan efek scientization yang membingkai narasi ideologis agar tampak objektif (Arifin, 2023). Melalui konsep male gaze Laura Mulvey (1975) nilai perempuan dalam video ini dikonstruksi bukan melalui definisi yang berdiri sendiri, melainkan melalui filter penilaian maskulin, sebuah proses representasi yang aktif membentuk cara audiens memaknai apa yang layak disebut “berharga” (Difa & Setyawan, 2024). Efektivitas mekanisme ini turut ditopang oleh posisi Nashatra sebagai

opinion leader digital yang kredibilitasnya dibangun melalui konsistensi konten dan tingkat engagement audiens (Vanosha et al., 2026) sehingga argumen yang sesungguhnya rentan dipertanyakan secara akademis dapat diterima sebagai kebenaran yang sah.

Pola serupa ditemukan pada konten kemandirian finansial. Kalimat “lo nggak punya power atas diri lo sendiri” secara terbuka mengakui ketimpangan struktural dalam pernikahan, sementara “kalau lo punya uang sendiri, you get to decide” menempatkan perempuan mandiri sebagai subjek aktif. Dibaca melalui teori pertukaran sosial (Homans, 1961), tanpa sumber daya finansial sendiri, cost untuk meninggalkan hubungan tidak sehat menjadi sangat tinggi, sementara rendahnya quality of alternatives membuat bertahan dalam hubungan bukan lagi pilihan bebas melainkan keterpaksaan struktural. Namun demikian, kritik terhadap ketimpangan ini tetap berada dalam kerangka yang menganggap pernikahan sebagai pilihan hidup utama; kemandirian finansial diposisikan untuk memperkuat daya tawar perempuan di dalam institusi pernikahan, bukan untuk membuka

pilihan yang setara antara menikah dan tidak menikah.

Pada konten regulasi emosi, pemingkakan sebagai “tips” pengembangan diri, lengkap dengan kalimat motivasional “be that happy girl”, membuat instruksi menekan kebutuhan emosional tampak sebagai pilihan bebas, padahal seluruh beban penyesuaian perilaku diletakkan pada perempuan tanpa ada satu kalimat pun yang menuntut perubahan dari laki-laki. Kata “rese” memberi makna negatif pada perempuan yang mengekspresikan kekhawatiran, sehingga pandangan bahwa perempuan yang baik adalah yang mampu mengendalikan emosinya diterima sebagai kewajaran melalui proses objektivasi (Berger & Luckmann, 1966). Mekanisme ini dapat dijelaskan melalui konsep relational framing ketika kebutuhan emosional dibingkai sebagai “tips” alih-alih tuntutan sepihak, video ini menyediakan frame bagi audiens untuk memahami relasi romantisnya sendiri, yang jika dikonsumsi secara berulang berpotensi menjadi acuan utama dalam menilai kewajaran perilaku emosional.

Konten dekonstruksi mitos “low maintenance” paling eksplisit menggunakan bahasa pemberdayaan

sekaligus paling eksplisit memperlihatkan bagaimana pemberdayaan tersebut dicapai melalui logika pasar, dengan low maintenance disamakan dengan barang murah dan perlakuan buruk disebut “remah-remah”. Pemberdayaan dicapai melalui komodifikasi diri, bukan pembebasan dari logika pasar itu sendiri; kalimat penutup “laki-laki literally bisa memindahkan gunung untuk perempuan yang dicintai” tetap menempatkan laki-laki sebagai agen ukuran keberhasilan relasi.

Keempat konten tersebut memperlihatkan pola yang sama: istilah-istilah feminis seperti pilihan, kemandirian, dan pemberdayaan diri digunakan secara konsisten, namun tetap dalam kerangka yang mendefinisikan perempuan melalui relasinya dengan laki-laki, sebagaimana dijelaskan Rosalind Gill sebagai postfeminist sensibility (Orgad & Gill, 2022). Konsep pemberdayaan instrumental, yaitu kemandirian yang dikonstruksi sebagai alat untuk mencapai tujuan yang sebenarnya masih ditentukan norma patriarkal, berbeda dari pemberdayaan otonom di mana kemandirian menjadi tujuan itu sendiri. Melalui gagasan confidence culture, kepercayaan diri diposisikan

sebagai “teknologi diri” yang mengalihkan persoalan struktural menjadi persoalan pribadi Perempuan. Pemberdayaan yang disampaikan @nmaliccaa hampir selalu berhenti pada level individu dan diukur keberhasilannya melalui respons atau validasi laki-laki, memperlihatkan bagaimana bahasa pemberdayaan dapat menyembunyikan bentuk kontrol baru atas pilihan hidup perempuan.

## **2. Naturalisasi Peran Gender**

Naturalisasi peran gender merupakan cara pandang yang menganggap perbedaan sifat dan peran laki-laki serta perempuan dalam hubungan romantis sebagai sesuatu yang alami dan tidak dapat diubah, padahal perbedaan tersebut sesungguhnya dibentuk oleh proses sosial dan budaya yang diulang-ulang hingga tampak wajar (West & Zimmerman, 1987). Mekanisme naturalisasi dalam korpus penelitian ini bekerja pada dua arah: menggambarkan laki-laki sebagai “pemburu” yang aktif secara alami, sekaligus memosisikan pernikahan sebagai hal yang harus dipertimbangkan perempuan melalui proses seleksi yang seolah-olah ilmiah.

Pada konten selektivitas pasangan, narasi dibuka dengan pengakuan personal kreator bahwa ketakutan terbesar perempuan bukan hidup melajang melainkan menikah dengan pasangan yang salah, sebelum ditutup dengan pembungkaman religius. Dengan hanya menawarkan dua skenario negatif, narasi ini menutup kemungkinan skenario ketiga, yaitu perempuan yang memilih tidak menikah karena itu memang keputusan hidupnya. Pernikahan dengan demikian dinaturalisasi sebagai horizon hidup yang tidak boleh dipertanyakan, hanya boleh “dikalkulasi risikonya”, sebuah hasil pengetahuan yang telah mengalami objektivasi hingga diinternalisasi sebagai kebenaran alamiah (Berger & Luckmann, 1966). Melalui mekanisme FYP, konten ini memperoleh 1,3 juta tayangan, memastikan wacana yang mengonfirmasi kecemasan kolektif terhadap “salah pilih pasangan” mendapat distribusi luas (Asy’ari & Amelia, 2024).

Pada konten mengenai perilaku laki-laki selama berpacaran, caption “what you see in your marriage is what you SAW in your relationship” membangun anggapan bahwa sifat laki-laki bersifat mutlak dan tidak dapat

berubah, meskipun gender pada dasarnya merupakan konstruksi sosial yang terbentuk melalui proses budaya, bukan semata faktor biologis (West & Zimmerman, 1987). Meski memiliki nilai protektif dengan mendorong perempuan tidak merasionalisasi tanda-tanda perilaku buruk pasangan, generalisasi mutlak semacam ini tetap menyederhanakan kompleksitas perubahan manusia dan mereproduksi logika esensialis yang sama dengan yang seharusnya dikritisi.

Konten “law of polarity” membuka dengan kutipan yang langsung diposisikan sebagai kebenaran umum, “laki-laki menikah dengan yang dipengen, perempuan menikah dengan yang dibutuhkan”, dan berkembang melalui metafora hunter dan “piala”. Penggunaan istilah “law” memberi kesan bahwa pandangan ini berlandaskan konsep ilmiah universal, sehingga pembagian peran gender tampak sebagai fakta alam, bukan konstruksi sosial. Metafora piala merepresentasikan perempuan sebagai objek yang diperebutkan, bukan subjek yang memiliki pilihan, sebuah reproduksi eksplisit dari konsep male gaze yang menjangkau 2,2 juta tayangan melalui mekanisme FYP (Mulvey, 1975).

Konten mengenai laki-laki sebagai “hunter” membuka dengan prinsip “men are born to be hunters”, di mana kata “born” secara langsung mengimplikasikan sifat bawaan biologis, bentuk esensialisme gender paling murni dalam korpus penelitian ini. Video ini juga paling jelas menempatkan perempuan sebagai objek yang dipilih atau tidak dipilih tanpa peran aktif. Sebuah representasi maskulinitas hegemonik (Connell, 2018) yang justru diproduksi oleh kreator perempuan untuk audiens perempuan, memperlihatkan betapa efektifnya mekanisme hegemoni bekerja tanpa memerlukan agen dominan untuk mereproduksinya.

Secara keseluruhan, naturalisasi peran gender dalam korpus penelitian ini bekerja melalui tiga strategi retorik: peminjaman istilah yang terdengar ilmiah (“hukum”, “kodrat”, “born to be”), penggunaan struktur biner yang tidak menyisakan ruang bagi kemungkinan ketiga, dan penutup yang memindahkan otoritas argumen ke ranah religius atau klaim kodrati biologis. Ketiga strategi ini bekerja sinergis dengan proses objektivasi dan legitimasi (Berger & Luckmann, 1966). Gagasan yang awalnya merupakan konstruksi sosial, melalui pengulangan

dan penyebaran masif di media sosial, lambat laun tampak sebagai fakta objektif yang taken-for-granted. Berbeda dari temuan pertama yang menyembunyikan nilai patriarkal di balik bahasa kemandirian, naturalisasi peran gender menyembunyikan sifat konstruksi sosial di balik bahasa yang terdengar ilmiah, meski keduanya sama-sama menutup ruang bagi audiens untuk mempertanyakan norma yang direproduksi.

### **3. Beban Adaptasi yang Diletakkan pada Perempuan**

Temuan ketiga adalah beban adaptasi yang diletakkan pada perempuan. Dalam hampir seluruh konten yang dianalisis, tanggung jawab atas kualitas dan keberhasilan hubungan romantis diletakkan secara dominan pada pihak perempuan, sementara tuntutan yang setara terhadap laki-laki jarang dimunculkan secara eksplisit. Berbeda dari dua temuan sebelumnya yang masing-masing berfokus pada satu mekanisme representasi, temuan ini melihat pola distribusi tanggung jawab secara struktural di seluruh korpus data.

Pada video regulasi emosi yang telah dibahas pada temuan pertama, struktur kalimat secara konsisten

menempatkan perempuan sebagai pihak yang harus menyesuaikan diri agar memperoleh respons yang diinginkan dari laki-laki, terlihat dari ungkapan “supaya dia mau” dan “biar dia mau nelpo”. Tidak ada satu pun kalimat imperatif yang ditujukan kepada laki-laki untuk mengubah perilakunya, sehingga seluruh beban perubahan diletakkan sepenuhnya pada perempuan, sebuah reproduksi ekspektasi gender tradisional di mana perempuan diharapkan adaptif sementara laki-laki dianggap wajar untuk tetap statis (Pithaloka et al., 2023).

Anjuran “invest in yourself” pada konten nilai diri yang secara umum bersifat positif dan berlaku universal, dalam konteks video ini secara spesifik diarahkan kepada perempuan sebagai syarat memperoleh perhatian laki-laki ber-masculine energy, tanpa ada tuntutan setara bagi laki-laki untuk turut “berinvestasi pada dirinya sendiri”. Pola satu arah ini adalah bentuk konkret dari male gaze beban pengembangan diri yang seharusnya bersifat mutual dalam hubungan yang setara, justru diinstrumentalisasi menjadi kewajiban sepihak yang harus dipenuhi perempuan demi validasi laki-laki (Mulvey, 1975).

Pada konten kemandirian finansial, solusi yang ditawarkan atas ketimpangan struktural dalam pernikahan adalah perempuan harus mempersiapkan dirinya sendiri secara finansial, bukan perubahan pada sistem pernikahan atau perilaku laki-laki yang menciptakan ketergantungan tersebut. Pola ini menunjukkan bahwa perempuan didorong terus meningkatkan nilai dan daya tawarnya dalam hubungan yang timpang, alih-alih memandang hubungan sebagai ruang yang sejak awal dibangun atas kesetaraan tanggung jawab. Padahal menurut model investasi Rusbult, komitmen dalam hubungan berkembang melalui tiga faktor, yaitu kepuasan, besarnya investasi yang diberikan, dan kualitas alternatif di luar hubungan, sehingga keberlangsungan hubungan tidak seharusnya hanya bergantung pada upaya satu pihak (Kiiko, 2024)

Ketiga temuan penelitian ini, paradoks pemberdayaan, naturalisasi peran gender, dan beban adaptasi, pada dasarnya saling terkait dan membentuk satu sistem wacana yang koheren, bertemu pada satu titik yang sama: peran bahasa sebagai sarana reproduksi ideologi dan relasi kekuasaan gender yang membentuk

cara pandang audiens terhadap hubungan romantis.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis terhadap konten TikTok @nmaliccaa menggunakan Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk yang menelusuri wacana secara terpadu melalui struktur teks, kognisi sosial kreator, dan konteks sosial, penelitian ini menyimpulkan bahwa wacana perempuan dalam hubungan romantis pada konten @nmaliccaa dikonstruksi sebagai wacana pemberdayaan patriarkal (patriarchal empowerment discourse). Wacana ini secara tekstual tampil progresif dan berorientasi pada penguatan nilai diri, kemandirian, serta batasan pribadi perempuan, tetapi pada saat yang sama tetap mereproduksi ideologi gender patriarkal secara struktural, hanya dengan kemasan bahasa yang berbeda dari narasi patriarki konvensional.

Pada level struktur teks, kesembilan konten menunjukkan pola berulang: perempuan secara linguistik selalu diposisikan sebagai subjek yang aktif menata dirinya sendiri, sementara laki-laki cenderung hadir sebagai objek tujuan akhir dari penataan diri tersebut. Pada level kognisi sosial, model mental

kreator sebagai perempuan muda berlatar pendidikan psikologi turut membentuk cara wacana ini disusun, dengan solusi yang ditawarkan hampir selalu berupa perubahan yang harus dilakukan perempuan terhadap dirinya sendiri, bukan tuntutan perubahan pada laki-laki maupun institusi sosial yang melingkupi hubungan romantis. Pada level konteks sosial, posisi @nmaliccaa sebagai opinion leader digital dengan ratusan ribu pengikut memberinya kekuasaan diskursif untuk menyebarkan dan menormalisasi wacana ini secara masif di kalangan perempuan muda pengguna TikTok.

Dengan demikian, konten @nmaliccaa, meskipun tampil progresif dan memberdayakan di permukaan, pada akhirnya tetap menjadi ruang reproduksi ideologi gender patriarkal dalam kemasan bahasa yang baru. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas kajian Analisis Wacana Kritis Van Dijk pada akun-akun relationship advice lain di TikTok untuk melihat apakah pola wacana pemberdayaan patriarkal ini bersifat spesifik pada satu akun atau merupakan pola yang lebih luas dalam ekosistem konten relationship advice di media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, T. S. N. (2023). *Media Massa dan Proses Konstruksi Realitas dalam Kajian Teori Sistem dan Differensiasi*. 2(2), 132–142. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1576>
- Asy'ari, M. F., & Amelia, A. R. (2024). *Terjebak dalam Standar Tiktok: Tuntutan yang Harus Diwujudkan ? ( Studi Kasus Tren Marriage is Scary )*. 03(09), 1438–1445.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction Of Reality*.
- Connell, R. (2018). *Masculinities*. 5–18.
- Difa, A. B., & Setyawan, A. G. (2024). *Representasi Dalam Media dan Budaya*: 83–90.
- Fana, M., Villani, D., & Bisello, M. (2023). *Gender Gaps In Power And Control Within Jobs*. 21(3), 1343–1367.
- Halizah, L. R., & Faralita, E. (2023). *Budaya Patriarki dan Kesetaraan Gender*. 11(2337), 19–32.
- Hapsari, A. P., & Prasetyo, D. (2026). *Persepsi Perempuan Lajang Kota Surabaya terkait Konten Feminine Energy Akun Tiktok @nmaliccaa*. 10, 474–483.
- Kiiko, Y. (2024). *Evolution of commitment theory: global approaches*. 30(30), 65–82.
- Kusumaningrum, E., Wardianto, B. S., & Nugroho, R. A. (2023). *Subordinasi Gender Dalam Kumpulan Cerpen Bukan Permaisuri Karya Ni Komang Ariani*. 12(2), 67–82.
- Maida, M., Triana, N. Y., & Andini, A. (2024). *Hubungan Penggunaan Aplikasi Tiktok dengan Tingkat*

- Motivasi Belajar Siswa.* 8(4), 3409–3417.
- Masruroh, D., Wardani, F. Y. K., Suhatmady, B., & Aridah. (2025). *Patriarchal Ideology in Indonesian Social Media: A Critical Discourse Analysis.* 02, 867–877.
- Mulvey, L. (1975). *Visual Pleasure and Narrative Cinema.*
- Nihayati, K., Latifah, N. F., & Febrianti. (2026). *Analisis Wacana Kritis Sosial Dalam Konten Jerhemy Owen Di Tiktok.* 4(1).
- Orgad, S., & Gill, R. (2022). *Confidence Culture.*
- Pithaloka, D., Taufiq, I., & Dini, M. (2023). *Pemaknaan perempuan Generasi Z terhadap maskulinitas joget Tiktok.* 0341, 69–78.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*
- Vanosha, A. P., Febrian, Putrinova, G., Luthfiyyah, H., Fazila, H., Triadi, J., Harahap, L. H., Ardiansah, M. R., Rafi, M., & Peratiwi. (2026). *Peran Influencer Media Sosial Membentuk Opini Publik di Kalangan Mahasiswa sangat pesat dalam kehidupan masyarakat modern ( Tamimi & Munawaroh , 2024 ). Media terhadap suatu isu . Opini publik terbentuk melalui proses pertukaran informasi , pengalaman , k. November 2025.*
- West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). *Doing Gender* (Vol. 1, Issue 2).