

# BABI

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Jenis kelamin adalah kategori biologis yang membedakan antara laki-laki dan perempuan yang merujuk pada klasifikasi individu berdasarkan karakteristik fisik yang berkaitan dengan reproduksi. Identitas gender seseorang merujuk pada peran gender atau *gender role* yang menetapkan harapan tentang cara berpikir, bertindak, dan merasa sebagai bagian dari maskulin dan feminin. Sedangkan gender merupakan karakteristik perilaku, budaya, dan psikologis yang dibangun secara sosial untuk mengekspresikan feminitas yang sering diasosiasikan dengan perempuan dan maskulinitas dengan laki-laki (Sumardiono, 2022). Karakteristik tradisional mengenai ekspektasi terhadap maskulin laki-laki dan feminin perempuan juga dipengaruhi oleh budaya masyarakat. Hal ini disebabkan oleh pengaruh kuat dari ideologi patriarki dalam masyarakat (Islam, 2021).

Kehadiran media sosial menjadi media baru dan dapat dikatakan sebagai media berinteraksi dan bersosialisasi secara online sehingga setiap individu didalamnya dapat saling terkoneksi antar penggunanya dalam media sosial karena tidak adanya batasan yang ada sehingga kebebasan muncul dan dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk dapat membentuk serta mengkonstruksikan identitasnya sesuai dengan keinginannya. Identitas yang diciptakan dapat saja berbeda dengan identitas asli seperti pada dunia nyata dan begitu sebaliknya, dapat juga berbanding terbalik dengan dunia nyata. Pengguna sebagai pencipta dan

pengontrol identitas virtual yang disampaikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan media yang ada. Adanya *beauty influencer* dan juga *content creator* berjenis kelamin laki-laki menjadikan sebuah fenomena sosial dalam ruang virtual, adanya bias memunculkan berbagai perspektif mengenai konstruksi makna laki-laki bahkan maskulinitas. Konstruksi maskulinitas yang terbentuk di masyarakat adalah mereka yang terlihat gagah dan jantan. Sehingga masyarakat atau pengguna media sosial yang melihat konten mengenai *beauty* atau kecantikan yang dilakukan oleh laki-laki akan menganggap hal tersebut tabu dan bahkan memberikan berbagai komentar miring dalam konten. Konstruksi maskulinitas yang dibangun oleh masyarakat dapat berganti makna atau mengalami redefinisi apabila melihat dari berbagai perspektif. Konten komedi dibuat dengan mengangkat topik-topik yang dekat dengan kehidupan pribadi dan masyarakat, sehingga disukai banyak orang (Agustina, 2022).

Presentasi diri merupakan suatu proses bagaimana individu mengendalikan dirinya agar terlihat oleh banyak orang untuk memberikan kesan berbeda dihadapan banyak orang dengan mengatur tingkah laku. Presentasi diri erat kaitannya dengan gambaran diri yang disengaja atau representasi diri untuk menampilkan diri sesuai dengan gagasan yang diinginkan (Panayanti et al., 2024). Identitas diri pada masa kini sering ditampilkan melalui banyak cara salah satunya dengan media sosial. Media sosial adalah sebuah media online, media online merupakan sarana komunikasi yang tersaji secara online di internet seperti situs web para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan

menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Liedfray et al., 2022).

Terlihat dampak dari era globalisasi digital saat ini adalah munculnya platform sosial media. Seperti Facebook, Instagram, YouTube dan sosial media lainnya telah menggeser cara berinteraksi kita dengan sahabat, keluarga, atau bahkan pasangan sendiri. Tapi, ada satu platform sosial media yang menarik perhatian khusus dalam beberapa tahun belakangan ini yaitu TikTok. Salah satu fenomena menarik yang muncul di platform ini adalah representasi identitas gender laki-laki dengan ekspresi feminin. Laki-laki dengan ekspresi feminin ini, sering kali memperoleh stigma dan stereotip negatif, menantang norma gender tradisional dengan menampilkan maskulinitas yang berbeda. TikTok merupakan sosial media yang memungkinkan pengguna untuk membuat video berdurasi singkat kemudian disebarluaskan untuk ditonton banyak orang, dan yang membuat TikTok berbeda dari platform sosial media lainnya adalah pembuatan video yang bisa dibilang sangat mudah dan cepat, kemudian sangat interaktif antar pengguna dan penonton sehingga banyak disukai oleh generasi muda (Dwi Yanti et al., 2024). Banyak dari pengguna media sosial berlomba-lomba untuk meningkatkan jumlah pengikutnya guna menjadi seorang *influencer* atau konten kreator. Berbagai cara dilakukan dengan membuat konten yang dikaitkan dengan budaya populer, seperti konten komedi yang sering dibuat oleh *influencer* atau *content creator* laki-laki dengan ekspresi gender feminin (Sumardiono, 2022).

Menurut laporan *We Are Social* dan dalam Meltwater dalam (Fatika, 2024), jumlah pengguna TikTok mencapai secara global mencapai 1,58 miliar di

2024. Mayoritas pengguna berusia 18-34 tahun. Data terbaru di DataReportal juga menyatakan bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, mencapai 157,6 juta pengguna. Angka ini bahkan melampaui Amerika Serikat dengan total 120,5 juta pengguna. Jumlah ini menjadikan Indonesia sebagai peringkat pertama dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia, hal ini membuat TikTok menjadi aplikasi media sosial yang populer di Indonesia hingga saat ini.

Beberapa nama akun TikTok *content creator* papan atas Indonesia yang merupakan laki-laki dengan ekspresi gender feminin antara lain adalah akun Tiktok dari:

**Tabel 1. 1 Daftar Nama Akun TikTok**

No	Nama Akun TikTok	Followers
1.	@mimi.perireal	1,8 juta
2.	@princess_seruni7	926,1 ribu
3.	@keanuagl	1,2 juta
4.	@joviadhigunahunter	248,1 ribu
5.	@d_kadoor	234 ribu
6.	@ivan_gunawan	4,1 juta
7.	@mileycyrus	18,8 juta

Sumber: (Sumardiono, 2022)

Beberapa nama akun TikTok *influencer content creator* di Kota Padang yang merupakan laki-laki dengan ekspresi gender feminin antara lain adalah akun Tiktok dari:

**Tabel 1. 2 Daftar Nama Akun TikTok Padang**

No	Nama Akun Tiktok	Followers (ribu)
1.	@Sandra_palama5	290.9
2.	@Iyaai.sofyaan	41
3.	@Nandoes_	162.3
4.	@Fahmi.makeup	1.959
5.	@Antesyahrini	28.3

Sumber: Data Primer 2025 Update pada tanggal 4 Mei 2025

Dari data tersebut terlihat bahwa *content creator* laki-laki feminin di kota Padang yang paling banyak memiliki jumlah pengikutnya adalah akun TikTok @sandra\_palama5. Adapun yang melatarbelakangi penelitian ini, karena adanya fenomena konten kreator dan juga *influencer* yang membuat konten dengan mengekspresikan dirinya dengan gender feminin di media sosial seperti di TikTok, yang mana biasanya gender feminin itu identik dengan perempuan hal tersebut menyebabkan mereka dipandang negatif dimasyarakat, tetapi dengan mereka membuat konten komedi yang mereka buat dan juga konten *make up* sehingga lebih banyak disukai oleh para pengguna TikTok lainnya, dan juga adanya beberapa orang yang memberikan komentar pada konten tersebut dan menyebabkan meningkatnya jumlah followers mereka. Fenomena *content creator* yang menggunakan ekspresi gender feminin tersebut biasanya hanya untuk konten hiburan seperti konten parodi dan konten laki-laki feminin menggunakan *make up* untuk promosi produk atau *endorsement make up* yang digunakan. Data awal dilakukan observasi/pengamatan pada akun media sosial TikTok *content creator* laki-laki feminin di Kota Padang dan juga dengan mengobservasi konten-konten

yang diunggah dan menganalisis maksud dari konten-konten tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti ingin mendeskripsikan bagaimana representasi identitas gender dengan ekspresi feminin di media sosial TikTok.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, karena adanya fenomena di media sosial TikTok *content creator* atau *influencer* seorang laki-laki membuat konten dengan mengekspresikan dirinya dengan gender feminin hal tersebut menyebabkan mereka dipandang negatif dimasyarakat, karena gender feminin itu biasanya melekat pada seorang perempuan, akan tetapi dengan adanya mereka membuat konten-konten komedi dan juga konten make up lebih banyak disukai oleh para pengguna TikTok lainnya, dari uraian di atas maka rumusan masalah penelitian adalah “Bagaimana representasi identitas gender laki-laki dengan ekspresi feminin di media sosial TikTok?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian terbagi menjadi dua, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

### 1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini:

Untuk mendeskripsikan bagaimana representasi identitas gender *content creator* laki-laki dengan ekspresi feminin di media sosial TikTok.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan representasi identitas gender *content creator* laki-laki dengan ekspresi feminin di media sosial TikTok.
2. Untuk mendeskripsikan pandangan *viewers* terhadap identitas gender dalam media sosial TikTok.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat akademis dan manfaat praktis.

#### 1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk mengembangkan penelitian dalam bidang Sosiologi Gender khususnya di bidang *new media*, serta dapat diharapkan sebagai rujukan untuk penelitian lain dengan tema yang sejenis dan dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang representasi gender di media sosial, khususnya di media sosial TikTok.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini:

1. Sebagai bahan masukan dan saran bagi peneliti lain terutama bagi pihak-pihak yang tertarik untuk melakukan penelitian terkait permasalahan ini lebih dalam.

2. Diharapkan dapat berguna untuk mahasiswa program studi Sosiologi selaku sumber kajian atau literatur dalam memperoleh informasi bagi penelitian serupa.

## **1.5 Tinjauan Pustaka**

### **1.5.1 Konsep Representasi**

Representasi adalah sesuatu merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, bunyi, citra atau kombinasinya. Proses pertama memungkinkan untuk memaknai dunia dengan mengkontruksi seperangkat rantai korespondensi antara sesuatu dengan sistem konseptual. Proses kedua merupakan mengkontruksi seperangkat korespondensi antara peta konseptual dengan bahasa atau simbol yang berfungsi mempresentasikan konsep-konsep tentang suatu. Relasi antara “sesuatu”, “peta konseptual” dan “bahasa atau simbol” adalah jantung dalam produksi makna lewat bahasa. Proses ini terjadi secara bersama-sama itulah yang disebut representasi. John Fiske dalam bukunya yang berjudul *Television Culture* menyatakan bahwa suatu acara didalam proses penayangannya di televisi telah di-encode oleh kode-kode sosial yang terkontruksi dalam tiga level:

#### **1. Level Realitas**

Menganalisis aspek-aspek nyata yang terlihat dalam video, seperti cara berpakaian, penggunaan riasan, gaya berbicara, gerakan tubuh, serta ekspresi wajah. Level ini menelaskan suatu peristiwa yang dikonstruksikan sebagai realitas oleh media, yang berhubungan dengan kode-kode sosial antara lain: penampilan

(*appearance*), kostum (*dress*), riasan (*make up*), lingkungan (*environment*), kelakuan (*behavior*), dialog (*speech*), ekspresi (*expression*) dan suara (*sound*).

## 2. Level Representasi

Di level ini, peneliti menggali cara media membentuk makna melalui pengolahan teknis dan simbolis. Bagaimana realitas digambarkan.. Alat tulis itu adalah kata, kalimat, proporsi, grafik dan sebagainya. Level ini berhubungan dengan kode kode sosial lainnya: kerja kamera (*camera*), pencahayaan (*lighting*), perevisian (*editing*), latar (*setting*), musik (*music*), dan suara (*sound*).

## 3. Level Ideologi

Mengkaji makna-makna ideologis yang tersembunyi di balik representasi tersebut. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial, seperti kelas sosial atau kepercayaan yang ada dalam masyarakat seperti individualism, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme dan lain sebagainya. Menurut Fiske ketika kita melakukan representasi tidak bisa dihindari kemungkinan menggunakan ideologi tersebut (Fiske, 2016).

Representasi merupakan konsep yang digunakan dalam proses pemaknaan sosial melalui penandaan yang tersedia seperti dialog, video, tulisan, film, fotografi. Representasi berarti memproduksi makna dengan menggunakan bahasa untuk menyampaikan sesuatu yang bermakna atau untuk mewakili sesuatu dengan penuh arti kepada orang lain (Hall, 2016). Konsep representasi menggambarkan proses bagaimana dunia dibentuk secara sosial, kemudian dipresentasikan kepada kita, serta diinterpretasikan oleh kita sesuai dengan pemahaman tertentu.

Menurut Stuart Hall, terdapat dua proses dalam representasi, yaitu representasi mental dan bahasa. Representasi mental terjadi ketika semua objek, individu, dan peristiwa dikaitkan dengan serangkaian konsep yang ada dalam pikiran manusia. Cara seseorang menginterpretasikan suatu objek bergantung pada sistem konseptual yang terdapat dalam pikirannya. Di sisi lain bahasa memainkan peran penting dalam proses pembentukan makna. Konsep-konsep yang ada dalam pikiran seseorang harus dinyatakan melalui bahasa yang dikenal secara umum, sehingga konsep dan gagasan dapat dikaitkan dengan kata-kata, suara, dan gambaran visual tertentu yang menjadi sistem tanda. Hubungan di antara objek, konsep dan seperangkat tanda menjadi aspek terpenting dalam pembentukan makna dalam bahasa. Proses yang menghubungkan objek, konsep dan seperangkat tanda disebut sebagai representasi (Hall, 1997:19). Oleh karena itu, ketika objek direpresentasikan melalui media, masyarakat menjadi terpaku pada persepsi yang dipandu oleh representasi tersebut, seolah-olah itu adalah realitas. Representasi ini menjadi bagian besar dari realitas yang dipahami, sehingga realitas semakin terbentuk melalui penggunaan representasi.

Menurut Croteau dan Hoynes (2014) menguraikan bahwa representasi melalui media adalah hasil seleksi dari realitas dimana beberapa aspek realitas ditekankan dan diperbesar, sementara yang lain diabaikan atau bahkan dihapuskan. Seperti halnya dalam film, video-video atau konten di TikTok juga memanfaatkan elemen-elemen audio visual sebagai bagian krusial dalam proses representasi dan pembentukan makna. Komponen audio dan visual dalam TikTok menjadi bahasa tersendiri yang menentukan makna yang ingin disampaikan dan

dibangun. Aspek audio seperti percakapan, gaya bicara karakter dalam video, musik latar, dan sebagainya, sedangkan aspek visual meliputi pencahayaan dan teknik pengambilan gambar. Representasi di platform media seperti TikTok juga bisa terjadi karena representasi dianggap sebagai proses menyampaikan kembali gambaran atau ide tentang suatu hal untuk menciptakan makna tertentu dalam proses komunikasi.

### **1.5.2 Konsep Gender**

Gender merupakan suatu peran seperti kostum dan topeng dalam teater, artinya laki-laki atau perempuan menampilkan sesuatu yang tidak nyata atau sekedar ekspresi yang ditunjukkan seseorang tanpa mengubah gender (Ekawati, 2023). Gender merupakan karakteristik yang melekat pada individu, baik laki-laki maupun perempuan, yang dibentuk oleh faktor-faktor sosial dan budaya. Karakteristik gender ini bersifat fleksibel dan dapat bervariasi antar individu. Artinya, ada laki-laki yang menunjukkan sifat-sifat yang umumnya diasosiasikan dengan perempuan, dan sebaliknya. Perubahan dalam karakteristik gender ini dapat terjadi seiring waktu dan berbeda-beda di berbagai tempat. Sebagai contoh, dalam suatu masyarakat atau periode waktu tertentu, perempuan mungkin memiliki kekuatan lebih dari laki-laki, tetapi situasi tersebut bisa berubah di tempat atau zaman lain. Konstruksi gender adalah pembentukan sifat gender pada laki-laki dan perempuan yang dapat dipertukarkan antara sifat satu dengan lainnya (Fakih, 1996:7).

### 1.5.3 Konstruksi Identitas Gender di Media Sosial

Klasifikasi jenis kelamin secara biologis dibagi menjadi dua, yaitu perempuan dan laki-laki. Identitas gender seseorang merujuk pada peran gender atau gender role yang menetapkan harapan tentang cara berpikir, bertindak, dan merasa sebagai bagian dari maskulin dan feminin. Karakteristik tradisional mengenai ekspektasi terhadap maskulin laki-laki dan feminin perempuan juga dipengaruhi oleh budaya masyarakat (Islam, 2021). Kehadiran media sosial menjadi media baru dan dapat dikatakan sebagai media berinteraksi dan bersosialisasi secara online sehingga setiap individu didalamnya dapat saling terkoneksi antar penggunaannya. Adanya *beauty influencer* dan konten kreator berjenis kelamin laki-laki menjadikan sebuah fenomena sosial dalam ruang virtual, adanya bias memunculkan berbagai perspektif mengenai konstruksi makna laki-laki bahkan maskulinitas.

Konstruksi maskulinitas yang terbentuk di masyarakat adalah mereka yang terlihat gagah dan jantan. Masyarakat atau pengguna media sosial yang melihat konten mengenai *beauty* atau kecantikan yang dilakukan oleh laki-laki akan menganggap hal tersebut tabu dan bahkan memberikan berbagai komentar miring dalam konten. Konstruksi maskulinitas yang dibangun oleh masyarakat dapat berganti makna atau mengalami redefinisi apabila melihat dari berbagai perspektif (Agustina, 2022). Media sosial adalah salah satu alat terpenting untuk membentuk struktur gender dalam masyarakat. Itu sebabnya media saat ini membangun struktur sosial di masyarakat, yakni dengan membedakan peran antara laki-laki dan perempuan (Ekawati, 2023).

Tidak adanya batasan dalam media sosial yang ada sehingga kebebasan muncul dan dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk dapat membentuk serta mengkonstruksikan identitasnya sesuai dengan keinginannya. Identitas yang diciptakan dapat saja berbeda dengan identitas asli seperti pada dunia nyata dan begitu sebaliknya, dapat juga berbanding terbalik dengan dunia nyata. Dengan adanya identitas virtual tersebut sehingga imaji diri atau sering disebut dengan *self picture* ditampilkan oleh penggunanya secara bebas. Pengguna sebagai pencipta dan pengontrol identitas virtual yang disampaikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan media yang ada (Agustina, 2022).

Identitas diri pada masa kini sering ditampilkan melalui banyak cara salah satunya media sosial. Media sosial adalah sebuah media online, media online merupakan sarana komunikasi yang tersaji secara *online* di internet seperti situs web para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Liedfray et al., 2022). Terlihat dampak dari era globalisasi digital saat ini adalah munculnya platform sosial media. Seperti Facebook, Instagram, YouTube dan sosial media lainnya telah menggeser cara berinteraksi kita dengan sahabat, keluarga, atau bahkan pasangan sendiri. Tapi, ada satu platform sosial media yang menarik perhatian khusus dalam beberapa tahun belakangan ini yaitu TikTok. TikTok merupakan sosial media yang memungkinkan pengguna untuk membuat video berdurasi singkat kemudian disebarluaskan untuk ditonton banyak orang, dan yang membuat TikTok berbeda dari platform sosial media lainnya adalah pembuatan video yang bisa dibilang sangat mudah dan cepat, kemudian sangat

interaktif antar pengguna dan penonton sehingga banyak disukai oleh generasi muda (Dwi Yanti et al., 2024).

#### 1.5.4 Tinjauan Sosiologis

Pada penelitian ini, menggunakan teori performatifitas gender yang berasal dari pemikiran Judith Butler. Judith P. Butler adalah seorang filsuf post-strukturalis Amerika. Ia lahir di Cleveland, Ohio, Amerika Serikat, 24 Februari 1956. Buttler adalah guru besar di Jurusan *Rhetoric and Comparative Literature*, Universitas California, Berkeley, Amerika Serikat. Dengan teori *queer*-nya, Butler memiliki kontribusi besar terhadap studi filsafat feminis, filsafat politik, dan etika. Salah satu karyanya yang fenomenal adalah buku *Gender Trouble* (1990). Karya ini mendapatkan perhatian luas karena memperkenalkan teori performativitas untuk mengulas gender dan seksualitas. Menurut Butler, gender terbentuk oleh bagaimana orang lain melihat penampilan seseorang. Dengan demikian, gender dapat dipahami sebagai hasil dari tindakan performativitas atau penampilan seseorang (Buttler, 1990). Proses pembentukan penampilan bisa melibatkan berbagai langkah yang memakan waktu. Gender terbentuk melalui identitas yang dibangun. Ada kepuasan yang datang ketika seseorang dapat menampilkan diri dengan keyakinan yang telah dimilikinya (Buttler, 1990). Bagi Butler, tidak ada identitas gender yang asli, semuanya dibentuk melalui ekspresi dan pertunjukan yang berulang-ulang hingga terbentuk identitas gender. Salah satu konsep yang dipaparkan oleh Judith Butler dalam buku ini adalah teori performativitas.

Butler dalam teorinya menentang gagasan bahwa identitas memiliki titik awal dan akhir yang tetap. Dari situ, bisa dipahami bahwa menurut Butler, seseorang dapat memiliki identitas yang bersifat maskulin dan feminin secara simultan, atau mengalami pergeseran antara kedua identitas tersebut pada waktu yang berbeda. Pada paradigma heteroseksualitas, tindakan manusia sangat dipengaruhi oleh gender. Pandangan Butler, gender atau identitas seksual muncul setelah individu melakukan tindakan performatif. Intinya, Butler berpendapat bahwa tidak ada keadaan alamiah bagi manusia kecuali penampilan fisiknya dengan kata lain, seks, gender, dan orientasi seksual dianggap sebagai konstruksi sosial. Hal ini terlihat dalam fenomena transseksual, seperti ketika seorang pria yang merasa memiliki identitas feminin memilih untuk mengubah jenis kelaminnya menjadi perempuan. Dalam konteks ini, individu tersebut kemudian diharapkan untuk berperilaku sesuai dengan norma yang berlaku terkait dengan seks, gender, dan orientasi seksual (Buttler, 1990).

Teori performativitas gender adalah sebuah konsep dalam teori gender yang menekankan bahwa gender bukanlah sebuah entitas yang sudah ada sejak awal, tetapi gender dibentuk melalui serangkaian tindakan yang diulang-ulang, seperti peran-peran yang dimainkan dalam sebuah peetunjukan. Pandangan Butler, gender bukanlah sesuatu yang “dipunyai” oleh individu, melainkan sesuatu yang dilakukan. Butler menyoroti bagaimana gender dipertontonkan dan diperankan dalam masyarakat, dan ia mengusulkan bahwa gender sebenarnya adalah hasil dari praktik-praktik yang dilakukan oleh individu, bukan sesuatu yang sudah terkandung dalam identitas biologis atau esensial dari individu. Butler

menyatakan bahwa melalui performativitas gender, kita belajar dan meniru norma-norma gender yang ada dalam masyarakat, yang kemudian membentuk identitas gender kita. Jadi, gender bukanlah sesuatu yang terpisah dari tindakan-tindakan kita sehari-hari, melainkan sebuah hasil dari tindakan-tindakan tersebut. Teori ini menunjukkan bagaimana pembicaraan dan tindakan yang berulang-ulang oleh masyarakat membentuk pemahaman tentang seks dan gender, baik sebagai laki-laki maupun perempuan. Proses materialisasi gender ini biasanya terjadi dalam kerangka hegemoni heteroseksual, sehingga ketika seseorang melanggar norma sosial yang ada terkait gender, hal tersebut dianggap sebagai perilaku yang menyimpang. Ini menunjukkan bagaimana kekerasan gender muncul sebagai hasil dari konsepsi performativitas yang terikat pada hegemoni tertentu. Oleh karena itu, diperlukan proses negosiasi terhadap norma-norma yang ada untuk menciptakan performativitas gender yang lebih inklusif dan bebas dari kekerasan. Teori performativitas gender menegaskan bahwa gender terbentuk melalui proses materialisasi dan konstruksi (Buttler, 1990).

Teori performativitas gender ini dipilih dikarenakan ingin mengetahui bahwa gender bukanlah sesuatu yang ditentukan secara alamiah, tetapi diproduksi melalui tindakan-tindakan performatif. Konteks *content creator* laki-laki dengan ekspresi feminin di TikTok, dengan menggunakan teori ini mempertegas bahwa ekspresi feminin yang mereka tunjukkan adalah sebuah tindakan performatif yang membangun identitas gender mereka. TikTok adalah platform di mana individu dapat mengekspresikan diri mereka dan membangun identitas secara aktif dengan menggunakan teori performativitas gender, menyoroti bagaimana *content creator*

menggunakan platform ini untuk memperlihatkan identitas gender mereka melalui ekspresi yang berbeda dalam konten-konten yang dibuatnya. Teori performativitas gender juga membahas tentang kekuasaan dan hegemoni dalam pembentukan identitas gender. Menggunakan teori ini dapat menggali bagaimana representasi identitas gender *content creator* laki-laki dengan ekspresi feminin di TikTok terlibat dalam dinamika kekuasaan dan resistensi terhadap norma-norma gender yang ada.

### 1.5.5 Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan merujuk pada penelitian yang bisa digunakan sebagai referensi atau acuan dalam pelaksanaan penelitian yang sedang dilakukan, serta dapat digunakan sebagai perbandingan atau pembandingan. Hasil penelitian sebelumnya dijadikan sebagai bahan pedoman dan perbandingan bagi penelitian yang akan dilakukan.

Beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian **pertama** yaitu penelitian oleh (Islam, 2021) yang berjudul “*Representasi Pria Androgini Dalam Konten YouTube Jovi Adhiguna Hunter (Anlisis Representasi John Fiske)*”: Islam berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penelitian yang dilakukan Islam bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana representasi pria androgini dalam konten youtube Jovi Adhiguna Hunter.

Hasil penelitian ini didapatkan bahwa representasi pria androgini terwakili oleh tanda-tanda yang dilambangkan melalui benda, tampilan diri, dan bahasa. Hasil representasi pria androgini dalam konten youtube Jovi Adhiguna Hunter ini menentang *stereotype* dan *ideology* yang kebanyakan masyarakat pegang yaitu *ideology* heteronormatif, konsep androgini lebih mengadopsi pandangan liberal dimana setiap individu bebas berfikir dan bebas menentukan hidupnya sendiri tanpa adanya batasan dari pihak manapun.

Penelitian **kedua** oleh (Anbiya, 2024) yang berjudul "*Presensi Diri Mahasiswa Fisip Universitas Andalas dalam Media Sosial TikTok (Studi Dramaturgi Terhadap 5 Orang Mahasiswa TikToker Universitas Andalas)*". Anbiya berasal dari Program Studi Sosiologi, Universitas Andalas. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan presentasi diri mahasiswa tiktokers universitas andalas pada panggung depan dan interaksi social mahasiswa tersebut pada panggung belakang.

Hasil penelitian menunjukkan panggung depan adalah ruang untuk seseorang menampilkan dirinya. Khususnya media sosial TikTok panggung depan ditampilkan dengan bentuk video atau gambar bahasa yang digunakan berbeda-beda, menghasilkan satu kesimpulan, yaitu dasar para informan menjadi TikToker adalah untuk terkenal dan mendapat penghasilan dari *endorsement* dan TikTok *Affiliate*. Untuk itu harus mempersiapkan penampilan secara matang dan juga menyiapkan latar (*setting*) sesuai dengan tujuan penampilan. TikToker melakukan interaksi yang akrab dengan *audiens* sebagai bentuk pertimbangan presentasi diri. Panggung belakang adalah wilayah dengan fakta yang asli bisa terlihat dari

seorang TikToker. Pada penelitian ini panggung belakang tempat TikToker menyiapkan segala aspek untuk mendukung penampilan di panggung depan. Penelitian menunjukkan ada perbedaan atau ketidaksesuaian antara panggung depan dan panggung belakang seperti: penampilan yang dilakukan pada panggung belakang tak seindah yang dilakukan pada panggung depan. TikToker juga berusaha untuk tampil terlihat positif di panggung depan sebagai bentuk mempertahankan presentasi diri meskipun pada nyatanya tidak terlihat kuat sehingga pada panggung belakang, TikToker selalu menjaga mentalnya karena hal itu mempengaruhi dalam proses membuat konten di panggung belakang.

Penelitian **ketiga** oleh (Agustina, 2022) yang berjudul “*Men With Gender Minority As A Beauty Influencer On Tiktok*”. Agustina berasal dari Universitas Sebelas Maret. Penelitian ini dilakukan bertujuan (1) mengetahui dan memahami cara yang dilakukan oleh influencer untuk menunjukkan identitas dirinya melalui ruang virtual di media sosial TikTok. (2) mengetahui dan memahami pola interaksi yang terjadi antara influencer dengan penggemar/pengikut secara virtual di media sosial TikTok. (3) mengetahui dan memahami rekonstruksi maskulinitas dari influencer melalui ruang virtual di media sosial TikTok.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa identitas virtual yang dibawakan terjadi karena adanya proses yaitu mulai dari awal pengguna media sosial lalu menjadi seorang influencer lalu memproduksi sebuah konten sehingga menghasilkan identitas virtual yang terbentuk dengan terbagi menjadi 5 ciri yaitu: (1) Break The Rules, (2) Honest Reviewer, (3) Build Your Own Personality, (4) Me but not Myself, (5) Different is Unique, Temuan selanjutnya adalah mengenai

interaksi yang dilakukan dengan para followers dapat terjadi melalui komentar serta siaran langsung yang mana dapat berupa interaksi yang membangun yaitu dengan interaksi melalui komentar positif dan interaksi meniadakan melalui komentar negatif. Temuan lain adalah bahwa terjadinya rekonstruksi maskulinitas pada beauty influencer dikarenakan pada sebuah media sosial kesan maskulinitas menjadi kabur dan dapat berubah makna sesuai dengan perspektif tiap individu, aspek yang mengalami rekonstruksi adalah aspek fisik dan emosional saja.

Penelitian di atas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan yaitu sama-sama membahas tentang representasi identitas gender laki-laki dengan ekspresi feminin di media sosial. Perbedaannya terletak pada yang pertama yaitu teori. Penelitian ini menggunakan teori performativitas gender yang dikemukakan oleh Judith Butler dengan menggunakan analisis konten John Fiske. Kemudian yang kedua yaitu fokus penelitian, pada penelitian ini memfokuskan penelitian pada bagaimana representasi identitas gender laki-laki dengan ekspresi feminin di media sosial TikTok. Lalu yang ketiga lokasi dan waktu penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu di Kota Padang tahun 2024.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha

menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian penelitian kualitatif tidak menganalisis angka-angka. Namun penjelasan tersebut tidak berarti penelitian kualitatif, peneliti tidak mengumpulkan dan menggunakan angka-angka pada analisis datanya.

Pendekatan penelitian kualitatif membantu dalam memahami makna subjektif, konteks perilaku, serta proses yang memengaruhi faktor-faktor perilaku. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak (Afrizal, 2014). Metode penelitian kualitatif juga berguna untuk mengetahui realitas sosial dan penelitian kualitatif dapat memberikan gambaran mengenai suatu fenomena sosial seperti apa adanya. Penelitian dengan tipe ini berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka (Moleong, 2018). Pada penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini dapat membantu dalam menjelaskan representasi identitas gender dengan ekspresi gender feminin di media sosial TikTok di Kota Padang.

Tipe penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif.. Tipe deskriptif merupakan metode penelitian yang bertujuan memberikan gambaran mengenai berbagai kondisi dan situasi yang ada dan sebenarnya dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian (Bungin, 2001).

### **1.6.2 Informan Penelitian**

Penelitian ini, data informan dan informasi diperoleh melalui informan. Informan penelitian merupakan orang yang memberikan informasi baik berkaitan

dengan dirinya sendiri maupun orang lain atas suatu kejadian atau suatu hal (Afrizal, 2014). Pada penelitian ini yang menjadi informan pelaku yaitu empat orang laki-laki dengan ekspresi feminin di TikTok yang secara konsisten menampilkan ekspresi feminin dalam konten mereka yang merupakan *content creator* berdomisili di Kota Padang. Peneliti menggunakan Teknik *Purposive* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data yang didasarkan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Berikut kriteria informan dalam penelitian ini:

1. Memiliki jumlah pengikut minimal 5.000 akun TikTok. Aktif mengunggah konten dalam 6 bulan terakhir (Juli–Desember 2024).
2. Secara konsisten menampilkan ekspresi feminin dalam konten-konten mereka seperti : Penggunaan pakaian atau atribut feminin (rok, dress, make-up, jilbab, perhiasan). Ekspresi feminin bisa digunakan untuk tujuan hiburan, parodi, promosi produk, atau ekspresi diri pribadi.
3. Konten yang diunggah memiliki jumlah penonton (views) dan interaksi (like, komentar) yang cukup signifikan, terutama untuk konten yang menampilkan ekspresi feminin.

**Tabel 1. 3 Informan Penelitian**

No	Nama	Jumlah pengikut TikTok (ribu)
1.	WF	162.3
2.	SP	290.9
3.	IS	41
4.	AS	28.3

Sumber: *Data Primer Penelitian 2025*

### 1.6.3 Data yang Diambil

Menurut Loft Land dalam (Moleong, 2018), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah hanya tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui dua sumber, yaitu:

1. Data primer, yaitu data/informasi pokok yang diperoleh langsung dapat memberikan data kepada peneliti. Data primer diperoleh dengan melakukan teknik analisis data kualitatif. Analisis konten-konten TikTok yang sesuai dengan kriteria penelitian untuk memahami representasi identitas gender mereka, motivasi di balik konten mereka, dan bagaimana mereka memandang identitas gender mereka dalam konteks platform tersebut.
2. Data sekunder adalah informasi yang tidak diperoleh langsung, tetapi diperoleh melalui sumber lain, seperti orang lain atau dokumen. Data sekunder dapat berasal dari berbagai media cetak, seperti buku, jurnal, skripsi, koran, dan materi tertulis lain yang relevan dengan penelitian ini.

### 1.6.4 Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah strategi yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi, sementara alat merupakan objek atau perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh sebanyak mungkin informasi dalam bentuk perkataan verbal dan tindakan manusia. Peneliti menggunakan studi dokumen sebagai metode pengumpulan data.

## 1. Studi Dokumen

Para peneliti mengumpulkan bahan tertulis seperti berita di media ataupun laporan-laporan untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Alat yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data yaitu:

1. Buku catatan dan pena untuk mencatat informasi yang didapatkan dari informan.
2. *Handphone*, yang berfungsi untuk merekam informasi dan sebagai alat dokumentasi saat proses penelitian berlangsung.

Studi dokumen dalam skripsi ini berupa analisis konten dari video-video TikTok, jurnal dan juga skripsi. Analisis konten dilakukan dari bulan September-Desember. Analisis konten dilakukan dengan menganalisis konten-konten TikTok dari 4 *content creator* laki-laki yang mengekspresikan dirinya feminin di media sosial TikTok. Pada tanggal 16 september 2024 penulis meninjau konten-konten yang masuk kategori video yang akan dianalisis penulis menggunakan alat berupa kertas dan juga pena untuk menghitung jumlah konten-konten yang termasuk kategori hiburan dan promosi produk, adapun kriteria video yang akan dianalisis yaitu konten yang diunggah dengan gaya feminin dari 6 bulan terakhir Juli-Desember 2024 dengan konten yang memiliki 5000 like dan view tertinggi.

Pada tanggal 5 Oktober 2024 penulis mulai untuk menganalisis konten-konten dari kreator SP dengan membuat deskripsi isi dari konten tersebut dan langsung menganalisis konten berdasarkan 3 level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi menurut Fiske lalu tanggal 10 Oktober 2024 penulis menganalisis konten TikTok dari akun IS dan membuat deskripsi dari

konten tersebut dan langsung dianalisis. Pada tanggal 16 Oktober 2024 penulis menganalisis konten-konten dari kreator AS dan membuat deskripsi dari konten tersebut dan lanjut dianalisis, tanggal 22 Oktober 2024 penulis menganalisis konten dari kreator WF dan membuat deskripsi dari konten tersebut lalu dilanjutkan dengan menganalisis. Setelah selesai menganalisis konten-konten video TikTok, pada tanggal 10 November 2024 penulis meninjau komentar-komentar yang ada didalam postingan tersebut, mulai dari komentar positif dan komentar negatif lalu mengelompokkan komentar tersebut kedalam komentar positif berupa pujian dan dukungan, lalu ada komentar negatif berupa hujatan. Pada tanggal 6-9 Desember 2024 penulis mengelompokkan komentar-komentar positif dan komentar-komentar negatif yang ada di semua konten-konten yang sudah dianalisis dan lanjut menyimpulkan hasil analisis konten tersebut.

#### **1.6.4 Unit Analisis**

Unit analisis yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah satuan tertentu yang dijadikan subjek dalam penelitian yang dilakukan agar validitas dan reabilitas penelitian dapat terjaga. Unit analisis berfungsi untuk memfokuskan kajian penelitian agar dapat menjawab masalah dan tujuan penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konten TikTok yang menampilkan laki-laki dengan ekspresi feminin di TikTok. Alasannya adalah karena fokus penelitian ini untuk mendeskripsikan representasi identitas gender dengan ekspresi feminin di media sosial TikTok.

Langkah awal analisis konten:

1. Menentukan objek yang akan dianalisis berupa video TikTok dari laki-laki dengan ekspresi feminin., komentar pengguna yang menanggapi video.
2. Mengumpulkan dan mengategorikan data berupa memilih dan mengumpulkan video TikTok yang relevan seperti mencatat tanggal unggahan, isi deskripsi video dan reaksi pengguna berupa komentar positif dan negatif, like terbanyak dan view yang paling tinggi.

Adapun kriteria konten yang akan dianalisis:

1. Akun TikTok dengan jumlah pengikut sebanyak 5.000 ribu.
2. Aktif mengunggah konten dalam 6 bulan terakhir (Juli–Desember 2024).
3. Secara konsisten menampilkan laki-laki dengan ekspresi feminin di TikTok dalam konten-konten mereka. Konten yang diunggah memiliki jumlah penonton (views) dan interaksi (like, komentar).

### **1.6.5 Analisis Data**

Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun secara teratur/berurut data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan, dan dokumentasi lainnya, dengan cara menyusun data ke dalam kategori, menjabarkan unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilah mana informasi yang penting dan yang ingin ditelaah, serta membentuk kesimpulan sehingga mudah untuk dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif. Analisis isi kualitatif merupakan teknik penelitian yang bertujuan untuk membuat inferensi yang sah dan dapat direplikasi dari data, dengan memperhatikan konteksnya. Dengan kata lain, analisis ini tidak hanya mengamati frekuensi munculnya simbol atau kata-

kata tertentu, tetapi juga menggali makna-makna tersembunyi, nilai-nilai sosial, dan ideologi yang terkandung dalam teks atau media (Krippendorff, 2004).

Penelitian ini menggunakan metode analisis representasi media yang dikembangkan oleh John Fiske. Fiske membagi proses representasi ke dalam tiga level utama, yaitu:

1. Level Realitas

Level ini menelaskan suatu peristiwa yang dikonstruksikan sebagai realitas oleh media, yang berhubungan dengan kode-kode sosial antara lain: penampilan (*appearance*), kostum (*dress*), riasan (*make up*), lingkungan (*environment*), kelakuan (*behavior*), dialog (*speech*), ekspresi (*expression*) dan suara (*sound*).

2. Level Representasi

Menganalisis bagaimana elemen-elemen visual tersebut dikodekan melalui teknik produksi media seperti pengambilan gambar, pencahayaan, sudut kamera, pengeditan, dan penyusunan narasi. Level ini berhubungan dengan kode kode sosial lainnya: kerja kamera (*camera*), pencahayaan (*lighting*), perevisian (*editing*), latar (*setting*), musik (*music*), dan suara (*sound*).

3. Level Ideologi

Mengkaji makna-makna ideologis yang tersembunyi di balik representasi tersebut. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial, seperti kelas sosial atau kepercayaan yang ada dalam masyarakat seperti individualism, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme dan lain sebagainya.

Konten yang menjadi data analisis adalah konten yang diunggah dengan gaya feminin dari 6 bulan terakhir Juli-Desember 2024 dengan konten yang memiliki 5.000 like dan view paling banyak. Peneliti mengelompokkan konten-konten dari akun-akun TikTok tersebut menjadi beberapa kategori konten video. Kemudian, peneliti menganalisis representasi ekspresi gender dengan mengambil 2/3 konten untuk dianalisis pada setiap kategori. Peneliti melakukan deskripsi data pada tiap kategori konten video tersebut dengan menggunakan analisis Fiske kedalam tiga level yaitu yang pertama level realitas, kedua level representasi dan ketiga level ideologi.

Berdasarkan isi konten yang diunggah oleh akun-akun tiktok tersebut, maka peneliti mengelompokkannya menjadi 3 kategori:

1. *Product endorsement*: berisikan video ketika konten kreator tersebut mempromosikan sebuah produk dengan menampilkan gaya feminin.
2. Hiburan: berisi konten di mana konten kreator tersebut melakukan aktivitas yang bertujuan untuk menghibur dan menampilkan gaya femininnya.
3. Edukasi Tutorial Masak: berisikan dimana konten kreator tersebut membuat ide masakan dengan memperlihatkan kegiatan masak dengan gaya bahasa feminin.

**Tabel 1. 4 Pengelompokkan Konten Berdasarkan Kategori**

No	Nama kreator	Kategori			Jumlah video
		Hiburan	Promosi produk	Tutorial Masak	
1.	Sandra Palama	31	5	22	58 video
2.	Iyaai Sofyan	11	4		15 video
3.	Ante Syahrini	3	3		6 video
4.	UninanSakeluarga	67	5		72 video

Sumber: *Data Diolah Peneliti 2025*

Berdasarkan hasil observasi konten di TikTok, berikut adalah beberapa kategori yang akan dianalisis pada setiap topik konten yang diunggah.

**Tabel 1. 5 Identifikasi Kategori Ekspresi Gender**

No	Level Analisis Konten	Kategori Ekspresi Gender
1.	<p>Level Realitas</p> <p>Level ini menelakan suatu peristiwa yang dikonstruksikan sebagai realitas oleh media</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pakaian</li> <li>• Riasan wajah</li> <li>• Lingkungan</li> <li>• Perilaku</li> <li>• Dialog</li> <li>• Ekspresi</li> <li>• Komentar</li> </ul>
2.	<p>Level Representasi</p> <p>Dalam bahasa gambar, alat tersebut berupa kamera, pencahayaan, <i>editing</i>, atau <i>music</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kamera</li> <li>• Cahaya</li> <li>• Suara</li> </ul>
3.	<p>Level Ideologi</p> <p>Bagaimana peristiwa tersebut diorganisir dalam konvensi yang diterima di dalam masyarakat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individualism</li> <li>• Patriaki</li> <li>• Ras</li> <li>• Kelas</li> <li>• Matrealisme,</li> <li>• Kapitalisme, dll</li> </ul>

Sumber: (Data Diolah Peneliti 2024)

### 1.6.6 Definisi Operasional Konsep

Pada penelitian ini, terdapat beberapa konsep yang diperlukan dan perlu diberikan batasan agar memudahkan pemahaman peneliti. Definisi dari konsep-konsep ini memberikan informasi ilmiah yang membantu dalam pengukuran variabel yang digunakan. Agar tidak terjadi kebingungan dalam penggunaan konsep-konsep tersebut, maka perlu untuk mendefinisikan konsep-konsep yang dimaksud sebagai berikut:

1. Representasi: Representasi adalah cara individu menggambarkan atau mempresentasikan sesuatu, baik itu diri mereka sendiri, ide, konsep, atau

objek lainnya. Representasi melibatkan proses interpretasi dan komunikasi tentang sesuatu kepada orang lain atau kepada diri sendiri. Ini mencakup penggunaan simbol, bahasa, gambar, dan tanda untuk mengartikulasikan pemahaman atau persepsi tentang subjek yang direpresentasikan.

2. Gender: Identitas gender merupakan cara seseorang mengidentifikasi dan mengekspresikan diri mereka sendiri dalam hubungannya dengan konsep gender yang diakui secara sosial. Ini mencakup bagaimana seseorang merasa dan mengidentifikasi diri mereka sendiri sebagai laki-laki, perempuan, atau identitas gender lainnya di luar biner tersebut.
3. Konstruksi Identitas Gender di Media Sosial: Konstruksi identitas gender di media sosial adalah proses di mana individu menggunakan platform-platform digital untuk menyatakan, mengekspresikan, dan menegosiasikan identitas gender mereka. Media sosial menyediakan ruang yang unik bagi individu untuk berbagi pengalaman, pemikiran, dan identitas mereka dengan audiens yang lebih luas. Di media sosial, individu dapat memilih untuk menampilkan aspek-aspek dari identitas gender mereka yang mereka rasa paling penting atau relevan.

#### **1.6.7 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dapat diartikan sebagai *setting* atau posisi lokasi fisik suatu penelitian. Lokasi tidak selalu mengarah pada wilayah, tetapi juga dapat pada komunitas dan semacamnya (Afrizal, 2014). Dalam penelitian ini lokasi penelitian adalah Kota Padang.

### 1.6.8 Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama 12 bulan, dimulai dari bulan Juni sampai bulan Juni 2025. Untuk penjelasan selanjutnya jadwal penelitian sesuai dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1. 6 Jadwal Penelitian

No.	Nama Kegiatan	Tahun 2024-2025												
		Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Seminar proposal													
2.	Menyusun Instrument Penelitian													
3.	Pengumpulan Data													
4.	Analisis Data													
5.	Penulisan Laporan dan Bimbingan													
6.	Ujian Skripsi													