

Subordinasi Perempuan dalam Konten TikTok: Analisis Wacana Sara Mills terhadap Representasi Bridesmaid pada Akun @teukuazizz

Novi Aristia Ramadani¹✉, Jiphie Gilia Indriyani²
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya¹²
✉ Noviaristiarmdn@gmail.com

Abstract:

This study adopts Sara Mills' discourse analysis to explore gender and power representations in bridesmaid content on TikTok, specifically on the @teukuazizz account. Using a qualitative approach, this study analyses visual and verbal narratives in TikTok videos and audience responses through comments to understand how social norms and power relations are reproduced. The main data was taken from TikTok videos featuring bridesmaids in various contexts, especially those containing stereotypes or discrimination related to social roles, physical appearance, and financial responsibilities. The results of the analysis show that the representation of bridesmaids reflects power inequalities, where they are positioned as subordinate objects who are judged based on patriarchal social standards. The narratives in the videos reinforce gender norms that limit women's roles, while digital audiences act as agents who can criticise or negotiate these discourses. This study highlights the power dynamics in digital discourse and the urgency to develop more inclusive and non-discriminatory narratives. The results show that the discourse constructed by male content creators affirms patriarchal dominance, where bridesmaids are reduced to aesthetic and subordinate objects that are legitimised through audience participation.

Keywords: discrimination against women; TikTok; discourse analysis; Sara Mills

Abstrak:

Penelitian ini mengadopsi analisis wacana Sara Mills untuk mengeksplorasi representasi gender dan kekuasaan dalam konten *bridesmaid* di TikTok, khususnya pada akun @teukuazizz. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisis narasi visual dan verbal dalam video TikTok serta respons audiens melalui komentar untuk memahami bagaimana norma sosial dan relasi kekuasaan direproduksi. Data utama diambil dari video TikTok yang menampilkan *bridesmaid* dalam berbagai konteks, terutama yang mengandung stereotip atau diskriminasi terkait peran sosial, penampilan fisik, dan tanggung jawab finansial. Hasil analisis menunjukkan bahwa representasi *bridesmaid* mencerminkan ketimpangan kuasa, di mana mereka diposisikan sebagai objek subordinat yang dinilai berdasarkan standar sosial patriarkal. Narasi dalam video memperkuat norma gender yang membatasi peran perempuan, sementara audiens digital berperan sebagai agen yang dapat mengkritisi atau menegosiasi wacana tersebut. Studi ini menyoroti dinamika kekuasaan dalam wacana digital dan urgensi untuk mengembangkan narasi yang lebih inklusif dan non-diskriminatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana yang dibangun oleh pembuat konten laki-laki menegaskan

dominasi patriarki, di mana bridesmaid direduksi menjadi objek estetika dan subordinatif yang dilegitimasi melalui partisipasi audiens.

Kata kunci: diskriminasi perempuan; tiktok; analisis wacana; sara mills

PENDAHULUAN

Fenomena konten TikTok di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi salah satu platform media sosial yang paling dominan, khususnya di kalangan pengguna muda. Keberadaan TikTok tidak hanya terbatas pada hiburan semata, tetapi juga memberikan ruang bagi para penggunanya untuk berkreasi melalui video pendek yang dikemas secara kreatif dan sering kali disertai dengan elemen-elemen populer seperti musik, tantangan, atau narasi yang menghibur. Keunikan format video pendek yang dimilikinya memungkinkan TikTok untuk menjadi media yang sangat efisien dalam menyampaikan pesan secara cepat dan menarik, baik itu berupa tarian, tutorial, hingga berbagi opini pribadi tentang berbagai isu yang sedang tren. TikTok telah menjadi tempat yang sangat fleksibel, memberikan ruang bagi berbagai jenis konten, dari hiburan ringan hingga penyampaian isu-isu sosial yang lebih serius (Medvi & Syahminan, 2024).

Di Indonesia, TikTok telah melampaui fungsi semula sebagai platform hiburan, dan kini menjadi sebuah sarana penting dalam menyampaikan pesan-pesan sosial, budaya, dan bahkan politik. Banyak konten yang muncul di TikTok tidak hanya menghibur, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial yang tengah terjadi di masyarakat, termasuk representasi gender yang sering kali dihadirkan dalam berbagai bentuk, baik yang mengkritisi maupun yang memperkuat stereotip tertentu. TikTok, dengan jangkauan penggunanya yang luas, turut berperan dalam membentuk tren dan opini publik. Melalui algoritma yang cerdas, platform ini memfasilitasi penyebaran konten dengan sangat cepat, sehingga dapat memengaruhi cara pandang pengguna terhadap berbagai isu yang ada di masyarakat, termasuk peran dan citra perempuan. Salah satu contoh nyata dapat ditemukan dalam representasi perempuan dalam konteks budaya pernikahan, khususnya dalam pemaknaan peran *bridesmaid*, yang sering kali menjadi objek penggambaran tertentu.

Dalam hal ini, TikTok turut berperan dalam memperlihatkan dan mempengaruhi persepsi sosial tentang posisi perempuan, baik sebagai subjek maupun objek, serta bagaimana norma-norma sosial terkait gender dipertahankan atau bahkan dipertanyakan melalui konten-konten yang dibagikan di platform tersebut (Khoiriyah, 2022). Namun, penelitian tentang representasi gender di TikTok sebagian besar masih berfokus pada isu beauty influencer dan

gaya hidup, sementara wacana tentang peran sosial perempuan dalam ritual budaya seperti bridesmaid belum banyak dikaji.

Bridesmaid atau pengiring pengantin perempuan, merupakan peran yang telah lama dikenal dalam tradisi pernikahan, terutama dalam budaya Barat. Namun, dalam beberapa dekade terakhir, peran ini mulai diadopsi dalam berbagai budaya di seluruh dunia, termasuk Indonesia, dengan nuansa dan interpretasi yang bervariasi sesuai dengan konteks budaya lokal. Dalam pernikahan tradisional, *bridesmaid* berfungsi sebagai pendamping pengantin perempuan yang membantu kelancaran rangkaian acara, mulai dari persiapan hingga resepsi. Secara umum, *bridesmaid* adalah teman dekat atau saudara perempuan pengantin wanita yang dipilih berdasarkan kedekatan emosional dan peran sosial dalam kehidupan pengantin. Mereka memiliki tanggung jawab yang cukup signifikan, antara lain membantu dalam persiapan pernikahan, memberikan dukungan emosional kepada pengantin, serta menjaga kelancaran jalannya acara. Pakaian seragam yang dikenakan oleh *bridesmaid* juga memiliki makna simbolis, di mana mereka diminta untuk mengenakan gaun yang disesuaikan dengan tema pernikahan, yang bertujuan untuk memperindah suasana dan mendukung citra estetika pengantin (Khoiriyah, 2023; Vidiadari & Rismayanti, 2022).

Namun, lebih dari sekadar peran fungsional dalam upacara, peran *bridesmaid* juga mengandung dimensi simbolik yang kuat dalam budaya pernikahan. *Bridesmaid* sering kali digambarkan sebagai figur yang melengkapi citra pengantin perempuan, baik dari sisi estetika maupun sosial. Dalam banyak budaya, posisi *bridesmaid* tidak hanya terbatas pada tugas sosial semata, melainkan juga melibatkan tekanan untuk memenuhi standar penampilan yang sangat tinggi (Afifulloh & Wijayanti, 2023). Hal ini mencakup aspek fisik, seperti penampilan tubuh dan kecantikan, serta gaya berpakaian yang seragam dan sesuai dengan tema pernikahan. Bahkan, sikap dan perilaku *bridesmaid* selama acara pernikahan pun sering kali menjadi sorotan, dengan harapan bahwa mereka akan menunjukkan kedewasaan, ketenangan, dan kesopanan yang ideal. Dalam hal ini, peran *bridesmaid* dapat dilihat sebagai representasi dari norma-norma gender yang lebih luas dalam masyarakat, di mana perempuan sering kali dituntut untuk memenuhi standar estetika yang ketat, terutama dalam acara-acara yang melibatkan ritual sosial besar seperti pernikahan (Putri et al., 2024). Fenomena ini mencerminkan bagaimana budaya pernikahan dapat memperkuat konstruksi gender yang menuntut perempuan untuk tampil sesuai dengan peran tradisional mereka sebagai simbol kecantikan, kesopanan, dan keharmonisan.

Selain tekanan untuk memenuhi standar penampilan, *bridesmaid* juga sering kali dihadapkan pada harapan sosial yang membebani dalam hal biaya dan perilaku. Biaya yang

harus dikeluarkan untuk membeli gaun, aksesoris, serta biaya perawatan diri seperti make-up dan rambut, menjadi salah satu aspek yang sering kali menjadi beban tersendiri bagi *bridesmaid*. Hal ini menambah dimensi ekonomi dalam peran yang seharusnya bersifat sosial dan emosional tersebut. Dalam banyak budaya, termasuk di Indonesia, peran *bridesmaid* juga berfungsi sebagai cerminan dari dinamika hubungan sosial dan status, di mana kedekatan dan kepercayaan antara pengantin dan *bridesmaid* dapat mencerminkan posisi sosial mereka dalam keluarga atau masyarakat. Selain itu, peran *bridesmaid* juga memperlihatkan bagaimana perempuan diposisikan dalam struktur sosial dan peran gender tradisional. Mereka sering kali diharapkan untuk tampil sempurna dalam peran yang telah ditentukan, yang mengarah pada pemahaman tentang perempuan yang tidak hanya berkaitan dengan estetika dan penampilan, tetapi juga bagaimana mereka dipersepsikan dalam kerangka sosial yang lebih besar, termasuk dalam peran mereka dalam keluarga dan masyarakat. Oleh karena itu, peran *bridesmaid* tidak hanya dapat dipahami sebagai tugas sosial dalam pernikahan, tetapi juga sebagai cerminan dari konstruksi sosial dan budaya yang lebih mendalam terkait dengan peran perempuan dalam kehidupan sosial (Carter, 2022).

Pentingnya studi tentang diskriminasi perempuan dalam media sosial, khususnya TikTok, menjadi semakin relevan seiring dengan meningkatnya peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda. TikTok, yang saat ini menjadi salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia, memiliki daya jangkauan yang luas dan kemampuan untuk memengaruhi persepsi serta sikap sosial penggunanya terhadap berbagai isu, termasuk diskriminasi gender. Sebagai platform yang mengedepankan kreativitas melalui video pendek, TikTok bukan hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membentuk opini publik, menciptakan budaya populer, dan mereproduksi wacana-wacana sosial, termasuk yang berkaitan dengan peran perempuan dalam masyarakat. Dalam konteks ini, studi mengenai diskriminasi perempuan di TikTok sangat penting untuk memahami bagaimana platform digital berkontribusi terhadap pembentukan dan penyebaran bias gender di era teknologi (Rizky et al., 2024).

Melalui fitur-fitur yang mendukung berbagi konten secara instan, TikTok memungkinkan berbagai bentuk ekspresi yang mencerminkan dinamika sosial dan budaya masyarakat. Namun, platform ini juga menjadi medium yang potensial untuk memperkuat stereotip gender, baik secara eksplisit maupun implisit. Diskriminasi terhadap perempuan sering kali muncul dalam berbagai konten, misalnya melalui penggambaran perempuan sebagai objek estetika, objek seksual, atau sebagai individu yang tunduk pada norma-norma tradisional yang membatasi kebebasan mereka (Putri et al., 2024). Representasi seperti ini tidak hanya

merendahkan perempuan, tetapi juga memperkuat konstruksi sosial yang membatasi peran mereka dalam masyarakat. Oleh karena itu, studi tentang diskriminasi perempuan di TikTok berfungsi untuk mengeksplorasi bagaimana wacana-wacana gender ini terbentuk, didistribusikan, dan diterima oleh audiens, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap hak-hak dan peran perempuan (Rosaria & Wijaya, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana peran *bridesmaid* digambarkan dalam video-video tersebut, dengan fokus pada cara platform ini merepresentasikan peran sosial, hubungan antar gender, serta ekspektasi budaya yang ada. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dipahami bagaimana wacana tentang *bridesmaid* dibentuk di TikTok, serta bagaimana representasi tersebut memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap perempuan, terutama dalam hubungannya dengan pengantin perempuan, status sosial, dan norma-norma gender yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menggali bagaimana representasi *bridesmaid* di TikTok dapat mencerminkan berbagai isu diskriminasi gender. Ekspektasi sosial terkait penampilan fisik, seperti keseragaman gaun, tubuh ideal, dan standar kecantikan yang menuntut kesempurnaan, sering kali menjadi fokus dalam konten pernikahan di TikTok.

KAJIAN PUSTAKA

Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2022) dalam analisisnya yang berjudul *Representasi Seksime dalam Kolom Komentar Netizen pada Budaya Populer Konten Tiktok Hastag #Wanitakuat (Kajian Wacana Kritis Sara Mills)*, menyoroti media sosial menjadi ruang strategis bagi berkembangnya narasi feminis, namun sekaligus berhadapan dengan dominasi norma patriarkal. Penelitian dengan metode kualitatif dan analisis wacana kritis model Sara Mills ini mengidentifikasi lima tema utama dalam representasi gender, yakni objekifikasi, penguatan stereotip, pemberdayaan, penolakan norma, dan representasi keragaman. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun media sosial kerap mereproduksi stereotip gender, platform ini juga menghadirkan ruang alternatif untuk narasi feminis yang lebih inklusif dan progresif. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan peran media sosial sebagai arena penting dalam pembentukan wacana gender di era digital.

Hal serupa juga dilakukan oleh (Magdalena, 2023) yang berjudul *Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills terhadap Dominasi Perempuan pada Konten TikTok Inul Daratista*, penelitian ini mengkaji representasi gender dalam narasi feminis di media sosial dengan menggunakan analisis wacana kritis model Sara Mills. Berangkat dari dominasi norma patriarkal dalam ruang digital, penelitian ini bertujuan mengungkap tema-tema utama yang muncul dalam konten feminis. Melalui pendekatan kualitatif dengan analisis konten, survei, dan wawancara, ditemukan lima tema penting, yaitu objekifikasi, penguatan stereotip, pemberdayaan, penolakan norma, dan representasi keragaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun media sosial masih mereproduksi stereotip gender, platform ini juga berfungsi sebagai ruang alternatif untuk menghadirkan narasi feminis yang lebih inklusif dan progresif.

Penelitian lain dilakukan oleh (Nairurrohmah & Khotimah, 2024) berjudul *Representasi Patriarki pada Konten Tiktok Riski Hasibuan Analisis Wacana Kritis Model Sara Mills*, penelitian ini menganalisis narasi Riski Hasibuan dengan menggunakan model analisis wacana kritis Sara Mills untuk mengungkap representasi patriarki dalam media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasibuan berperan sebagai subjek sekaligus narator yang menyingkap praktik kekuasaan dan penindasan terhadap perempuan, sementara perempuan ditempatkan sebagai objek yang mengalami diskriminasi dalam ruang publik maupun privat. Posisi pembaca diarahkan untuk menempatkan diri pada pengalaman perempuan, sehingga mampu merasakan ketidakadilan yang dihadirkan oleh wacana patriarkal. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial menjadi ruang reproduksi patriarki, namun sekaligus menyediakan medium kritis untuk mengungkap struktur kekuasaan gender, sehingga penelitian ini memberi kontribusi penting bagi kajian literasi sosial dan studi gender.

Penelitian yang dilakukan oleh (Qurrahim, 2023) berjudul *Analisis Wacana Kritis Sara Mills Representasi Kedudukan Perempuan pada Akun Instagram @feminisyajogja*, hasil dari penelitian ini menyototi kedudukan perempuan dalam teks unggahan gambar akun Instagram @feminisyogya dengan menggunakan analisis wacana kritis model Sara Mills. Fokus penelitian mencakup posisi perempuan sebagai subjek, objek, pembaca, serta representasi yang ditampilkan. Perempuan diposisikan sebagai korban kekerasan, ketidakadilan, diskriminasi, hingga eksploitasi seksual, sementara objek penelitian menyoroti kasus pemaksaan, pelecehan, intimidasi, hingga kontrol budaya. Dari sisi pembaca, teks unggahan menggiring pada empati terhadap penderitaan dan diskriminasi yang dialami perempuan. Secara keseluruhan, representasi yang muncul dalam konten Instagram tersebut menggambarkan persoalan kekerasan berbasis gender, diskriminasi, dan eksploitasi seksual terhadap perempuan, sehingga memberi kontribusi penting bagi pengembangan wacana feminisme dan studi gender dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Penelitian lain dilakukan oleh (Oktapiyani & Hamdani, 2025) berjudul *Model Analisis Wacana Kritis Sara Mills dalam Menganalisis Representasi Gender di Media Sosial: Studi Kasus pada Narasi Feminisme dalam Konten Digital 2024*, mengenai representasi gender dalam narasi feminis di media sosial dengan model Analisis Wacana Kritis Sara Mills menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam membentuk persepsi publik terkait isu gender. Melalui pendekatan kualitatif dengan analisis konten, survei, dan wawancara, penelitian ini mengidentifikasi lima tema utama objekifikasi, penguatan stereotip, pemberdayaan, penolakan norma, dan representasi keragaman. Hasilnya menegaskan bahwa meskipun masih terdapat reproduksi stereotip gender, media sosial juga menjadi ruang alternatif bagi narasi feminis yang lebih inklusif dan progresif, sehingga memberikan kontribusi penting bagi kajian wacana feminis, representasi gender, serta hubungan antara media dan masyarakat di era digital.

METODE PENELITIAN

Dalam analisis wacana kritis yang diperkenalkan oleh Sara Mills, posisi subjek dan objek menjadi konsep utama untuk memahami bagaimana relasi kekuasaan dan ideologi bekerja dalam wacana. Subjek, dalam kerangka ini, diartikan sebagai pihak yang memiliki otoritas untuk berbicara, bertindak, atau merepresentasikan diri dalam sebuah teks atau wacana. Subjek tidak hanya menjadi pelaku aktif, tetapi juga berperan sebagai pembentuk makna yang mencerminkan atau bahkan memaksakan pandangannya kepada audiens. Kekuasaan yang melekat pada posisi subjek memungkinkan pihak ini untuk mendominasi narasi, sehingga sering kali meminggirkan pihak lain yang tidak diberi ruang untuk bersuara (Meilani et al., 2022; Mills, 2005).

Sebaliknya, objek merujuk pada pihak yang menjadi sasaran representasi dalam wacana. Dalam posisi ini, objek sering kali digambarkan secara pasif dan tidak memiliki kendali atas cara dirinya direpresentasikan. Objek menjadi "yang dilihat," sementara subjek menjadi "yang melihat" dan mengatur bagaimana objek tersebut dipahami oleh pembaca atau audiens. Representasi objek sering kali mencerminkan bias ideologis tertentu, seperti patriarki, yang secara sistematis menempatkan perempuan atau kelompok tertentu sebagai objek pandangan laki-laki atau kelompok dominan. Dalam banyak teks, perempuan, misalnya, sering digambarkan hanya dalam kaitannya dengan peran domestik atau sebagai objek seksual, sehingga mengukuhkan stereotip yang merugikan (Erantika & Asnawi, 2021; Mills, 2005).

Sara Mills menekankan bahwa posisi subjek dan objek ini bersifat dinamis dan kontekstual. Posisi tersebut tidak selalu tetap, tetapi dapat berubah tergantung pada konteks sosial, budaya, atau ideologis yang melingkupi wacana. Misalnya, dalam sebuah narasi, seorang tokoh perempuan dapat dimulai sebagai objek yang hanya menjadi sasaran pandangan laki-laki, tetapi kemudian bertransformasi menjadi subjek yang memiliki suara dan agen untuk mengendalikan narasi. Pergeseran ini menunjukkan bahwa relasi kekuasaan dalam wacana tidak bersifat kaku, melainkan selalu dapat dinegosiasikan dan dipertanyakan. Dinamika ini membuka peluang bagi pembacaan yang lebih kritis terhadap teks, terutama dalam menentang ideologi dominan yang sering kali tersembunyi dalam representasi (Mills, 2005; Surahman et al., 2022).

Selain itu, penting untuk memahami bahwa analisis posisi subjek dan objek tidak berdiri sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh peran pembaca atau audiens dalam membangun makna. Sara Mills memperkenalkan gagasan bahwa pembaca memiliki posisi tertentu dalam wacana, yang dapat dikategorikan sebagai pembaca ideal atau pembaca aktual. Pembaca ideal adalah pembaca yang diasumsikan oleh teks untuk menerima ideologi yang diusungnya tanpa pertentangan. Di sisi lain, pembaca aktual adalah pembaca nyata yang membawa latar belakang, pengalaman, dan pandangan kritisnya sendiri, sehingga dapat menolak atau menginterpretasi ulang makna yang ditawarkan teks. Dengan demikian, makna sebuah wacana menjadi hasil interaksi kompleks antara teks, subjek, objek, dan pembacanya (Mills, 2005; Ramadhani & Adiprabowo, 2023).

Pendekatan analisis wacana Mills mengarah pada pemahaman bahwa bahasa dan representasi memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk identitas dan status sosial. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana representasi *bridesmaid* di TikTok sering kali menyembunyikan pesan-pesan sosial yang mendalam mengenai gender. Representasi tersebut sering memperkuat stereotip gender, di mana *bridesmaid* ditempatkan pada posisi subordinat dalam hubungan dengan pengantin perempuan, dan digambarkan sebagai pihak yang terpaksa memenuhi harapan fisik dan sosial tertentu. Pesan-pesan ini dapat memperlihatkan bagaimana perempuan, khususnya *bridesmaid*, terperangkap dalam struktur sosial yang tidak hanya membatasi peran mereka, tetapi juga membebani mereka dengan ekspektasi penampilan, perilaku, dan pengorbanan pribadi yang berkaitan dengan pernikahan (Mills, 2005).

Pendekatan analisis wacana ini juga digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana narasi yang terbentuk di TikTok berkontribusi pada pembentukan atau penguatan relasi kekuasaan antara perempuan, dengan *bridesmaid* sering kali digambarkan sebagai pelengkap yang harus tunduk pada peran yang telah ditentukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana narasi dalam konten tersebut bisa memperkuat atau bahkan mengkritisi ketidaksetaraan gender yang ada. Selain itu, Mills menekankan bahwa analisis wacana harus memperhatikan konteks sosial dan kultural di mana teks atau representasi tersebut diproduksi. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggali lebih dalam bagaimana representasi *bridesmaid* di TikTok berkaitan dengan tekanan fisik dan sosial yang dihadapi perempuan, serta bagaimana

representasi ini memperburuk atau menantang struktur kekuasaan yang ada (Medvi & Syahminan, 2024; Mills, 2005).

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis wacana untuk mengeksplorasi representasi *bridesmaid* dalam konten TikTok, di mana pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan kesempatan untuk menggali makna yang terkandung dalam teks dan representasi visual yang ada, serta bagaimana makna-makna tersebut berhubungan dengan konteks sosial yang lebih luas. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah konten dari satu akun TikTok @teukuazizz yang berkaitan dengan *bridesmaid*, yang terdiri dari video-video TikTok yang menggambarkan *bridesmaid* baik secara langsung maupun dalam konteks narasi pernikahan, serta komentar-komentar yang menyertai video tersebut. Konten-konten ini dipilih berdasarkan kriteria tertentu, termasuk video yang menggambarkan stereotip atau diskriminasi terhadap *bridesmaid*, baik terkait dengan penampilan fisik, peran sosial, atau pengorbanan finansial. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan mengumpulkan video TikTok yang membahas *bridesmaid* dalam berbagai variasi, termasuk video yang menampilkan *bridesmaid* dengan stereotip atau diskriminasi tertentu, serta mengumpulkan komentar yang ada di bawah video tersebut untuk memahami pandangan audiens. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana dengan pendekatan Sara Mills, yang akan membantu mengungkap bagaimana representasi *bridesmaid* di TikTok tidak hanya mencerminkan norma sosial yang berlaku, tetapi juga bagaimana representasi ini memperlihatkan relasi kekuasaan antara pengantin perempuan, *bridesmaid*, dan norma-norma gender yang ada dalam budaya pernikahan.

PEMBAHASAN

Data 1; Postingan Video pada Tanggal 20 Oktober 2024

Pada data 1, memperlihatkan bagaimana konstruksi wacana mengenai posisi *bridesmaid* dibentuk melalui strategi bahasa yang sarat relasi kuasa. Dalam kerangka analisis Sara Mills, relasi ini menunjukkan bahwa *bridesmaid* menempati posisi sebagai objek yang direpresentasikan tanpa suara, sedangkan Teukuazizz menempati posisi subjek yang berwenang mendefinisikan, menilai, sekaligus mengarahkan perilaku *bridesmaid*. Hal ini tampak dari penggunaan diksi bernuansa merendahkan seperti “*jangan egois*”, “*karma*”, “*nganggur di rumah aja*”, hingga “*diem duduk nggak berguna*.” Ungkapan-ungkapan tersebut mengonstruksi citra *bridesmaid* sebagai aktor sosial yang pasif, malas, dan hanya memiliki nilai ketika berperan dalam menunjang kelancaran acara pernikahan. Dengan demikian, *bridesmaid* diperlukan sebagai entitas yang keberadaannya harus membuktikan loyalitas serta fungsi instrumental bagi pengantin, bukan sebagai individu yang berhak menentukan perannya sendiri (Mills, 2001).

Selain itu, *bridesmaid* juga ditempatkan sebagai instrumen estetika dan performatif yang berfungsi memperkaya pengalaman pernikahan. Pernyataan seperti “*menyuguhkan sesuatu yang menarik untuk acaranya pengantin*” menunjukkan bahwa nilai *bridesmaid* dilekatkan pada kemampuannya menghadirkan hiburan dan variasi, bukan pada eksistensi personalnya. Lebih jauh, stereotip “*nganggur di rumah aja*” mempertegas posisi *bridesmaid* sebagai objek lelucon yang secara implisit merendahkan kedudukan mereka dalam ruang sosial (Mills, 2005).

Adapun posisi pembicara yakni seorang laki-laki pembuat konten, dikonstruksikan sebagai otoritas moral sekaligus pengontrol wacana. Klaimnya bahwa ia berbicara baik-baik berfungsi sebagai strategi legitimasi, seolah menormalisasi praktik peneguran yang pada dasarnya bersifat menghakimi dan merendahkan. Dengan demikian, pembicara menegaskan

dirinya sebagai subjek dominan yang berhak mendefinisikan perilaku *bridesmaid* sebagai benar atau salah. Fenomena ini sekaligus mereproduksi relasi patriarkis, di mana suara laki-laki ditempatkan sebagai pusat otoritas dalam mendisiplinkan perempuan (Mills, 2005).

Lebih jauh, audiens diarahkan untuk menginternalisasi representasi negatif mengenai *bridesmaid*. Retorika “bayangkan kalau misalkan kalian yang menikah terus sepi” dan “jangan sampai ini karma terjadi” digunakan untuk membangun rasa bersalah serta menormalisasi subordinasi *bridesmaid*. Dengan demikian, audiens diposisikan sebagai pihak yang diundang untuk menyetujui bahwa *bridesmaid* seharusnya aktif, kreatif, serta total dalam mendukung acara pernikahan, bahkan dengan menanggalkan inisiatif personalnya (Mills, 2001).

Terdapat 15 komentar audiens memperkuat konstruksi tersebut. Beberapa komentar justru mereproduksi citra *bridesmaid* sebagai pihak yang tidak berguna atau bahkan sebaiknya digantikan oleh pihak lain, seperti @al_afghani: *mending pakai WO aja dari pada bridesmaid*, @noy: *bisa gak sih gausah ada bridesmaid*, dan @ziah 🙄: *harusnya sih buat bantu2 penganten yah, cuman banyak yg jadi tamu doang wkwk*.

Komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, melainkan juga menjadi agen reproduksi makna yang mempertegas *bridesmaid* sebagai kelompok subordinat. Dengan demikian, audiens diposisikan sebagai pihak yang menyetujui sekaligus mengafirmasi konstruksi wacana Teukuaziz, yakni bahwa *bridesmaid* seharusnya aktif, loyal, dan berfungsi sepenuhnya demi kelancaran acara pengantin.

Data2; Postingan Video pada Tanggal 21 Oktober 2024

Pada data 2, *bridesmaid* ditempatkan sebagai objek yang direpresentasikan melalui ujaran penuh stigma dan hinaan, sementara teukuaziz mengambil posisi sebagai subjek yang berhak menilai dan mengontrol representasi tersebut. Posisi *bridesmaid* sebagai objek tampak dari penggunaan diksi bernuansa merendahkan seperti “sok cantik,” “nggak guna,” “gendut,” hingga “lumpuh.” Ungkapan-ungkapan ini tidak hanya mengonstruksi *bridesmaid* sebagai pihak yang pasif dan tidak berharga, tetapi juga mereduksi mereka menjadi tubuh yang bisa diejek dan dijadikan bahan lelucon (Mills, 2001).

Dalam kerangka Sara Mills, *bridesmaid* kehilangan agensi untuk berbicara dan hanya hadir sebagai objek representasi negatif, sedangkan teukuaziz berposisi sebagai subjek dominan yang mengendalikan arah wacana. Ia mendefinisikan *bridesmaid* semata melalui atribut fisik dan sikap yang dianggap tidak sesuai ekspektasi sosial. Dengan demikian, keberadaan *bridesmaid* direduksi pada tubuh dan performativitasnya, bukan pada kapasitas personalnya sebagai individu (Mills, 2001).

Lebih jauh, stereotip “sok cantik” dan “gendut” menegaskan bahwa *bridesmaid* diposisikan bukan hanya sebagai pihak subordinat, tetapi juga sebagai objek lelucon dan penghinaan. Wacana ini menormalisasi body shaming dan meneguhkan pandangan bahwa nilai seorang *bridesmaid* ditentukan oleh kecantikan serta kontribusinya dalam menghibur pengantin. Sementara itu, pernyataan “kalian semua itu nggak guna” memperlihatkan bagaimana *bridesmaid* diposisikan sebagai beban yang keberadaannya sia-sia jika tidak memenuhi ekspektasi pengantin maupun pembicara (Mills, 2005).

Wacana ini mengarahkan penonton untuk menyetujui sudut pandang teukuaziz. Strategi retorik berupa hinaan berulang, labeling negatif, dan penggunaan humor kasar menciptakan jarak emosional antara audiens dengan *bridesmaid*, sehingga audiens terdorong untuk menertawakan atau memandang rendah para *bridesmaid*. Dengan demikian, posisi audiens tidak netral, melainkan dikondisikan untuk menginternalisasi konstruksi bahwa *bridesmaid* memang pantas dicemooh, dilecehkan secara verbal, dan ditempatkan sebagai pihak subordinat (Mills, 2005).

Terdapat 17 data komentar audiens pada unggahan ini yang memperkuat posisi wacana. Sebagian komentar bahkan menegaskan bahwa keberadaan *bridesmaid* dianggap tidak berguna, seperti @rareclothes.id: *Bridesmaid nambah" pengeluaran 🤔*, @bulan: *tim yg nanti nikahan gabakal pake bridesmaid 🤔*, dan @asya: *mending dayang2 pake anak TK njiirrr daripada bridesmaid*. Komentar-komentar ini memperlihatkan bahwa audiens tidak hanya mengafirmasi wacana yang dibangun oleh Teukuaziz, tetapi juga secara aktif mereproduksi pandangan negatif tersebut dengan membandingkan *bridesmaid* dengan entitas lain yang dianggap lebih efektif atau lebih murah. Dengan demikian, audiens terlibat dalam proses pelembagaan makna, di mana *bridesmaid* diposisikan sebagai pihak yang layak ditertawakan, dipandang rendah, bahkan dihapuskan perannya dalam kerangka pernikahan.

Data 3; Postingan Video pada Tanggal 22 Oktober 2024 (Pagi)

Pada data 3 memperlihatkan bagaimana teukuaziz memosisikan dirinya sebagai subjek dominan berperan sebagai pemberi edukasi tentang cara memilih *bridesmaid* yang benar. Dengan gaya retorik penuh instruksi dan penilaian, ia mengontrol wacana dengan mendefinisikan kriteria *bridesmaid* ideal, sekaligus menegaskan *bridesmaid* yang tidak sesuai ekspektasinya. *Bridesmaid* dalam hal ini ditempatkan sebagai objek yang dijadikan sasaran kategorisasi, penilaian moral, dan bahkan penghinaan (Mills, 2001).

Posisi *bridesmaid* sebagai objek tampak jelas dari diksi yang digunakan, seperti “nggak guna,” “anak-anak hits sok sibuk,” hingga “gendut-gendut, badannya dua kilo meter persegi.” Ujaran ini tidak sekadar memberi label negatif, melainkan juga mereduksi *bridesmaid* pada aspek tubuh, loyalitas, serta kegunaan praktisnya bagi pengantin. Dengan demikian, *bridesmaid* kehilangan ruang untuk menyuarakan dirinya sendiri dan hanya direpresentasikan melalui perspektif pembicara. Dalam kerangka analisis wacana Sara Mills, relasi ini menempatkan *bridesmaid* sebagai objek subordinatif, sementara teukuaziz menempati posisi subjek yang mendefinisikan dan mengarahkan narasi secara sepihak (Mills, 2005).

Lebih jauh, wacana ini juga memperlihatkan bagaimana *bridesmaid* diposisikan sebagai instrumen sosial yang nilainya diukur melalui kedekatan emosional, kepedulian finansial, dan loyalitas tanpa perhitungan waktu. Representasi tersebut menegaskan bahwa *bridesmaid* hanya bernilai sejauh ia memenuhi standar pengantin atau pembicara, bukan sebagai individu diposisikan sebagai objek subordinasi, tetapi juga sebagai komoditas simbolik yang dapat diukur secara material misalnya melalui pengeluaran kain “satu meter tujuh puluh ribu” yang dianggap merugikan jika diberikan pada tubuh gendut (Mills, 2005).

Wacana ini mengarahkan penonton untuk menerima sudut pandang pembicara sebagai bentuk edukasi yang benar. Struktur tutur sistematis “yang pertama,” “yang kedua,” dan “yang ketiga” memberi kesan objektif dan logis, sehingga audiens terdorong untuk menginternalisasi pandangan bahwa *bridesmaid* memang harus loyal, kurus, aktif, dan tidak boleh sok sibuk. Strategi retorik berupa penghinaan tubuh dan labeling sosial seperti “sosialita” dan “anak hits” memperkuat jarak emosional, sehingga audiens didorong untuk menertawakan atau merendahkan *bridesmaid* yang tidak sesuai kriteria tersebut (Mills, 2005).

Terdapat 15 data komentar audiens yang umumnya mendukung konstruksi ini. Beberapa komentar bahkan menegaskan kembali fungsi *bridesmaid* yang seharusnya berperan aktif membantu pengantin, seperti @cikgusanty: *setuju. BM yg dicari itu, yg bantu kita kl ada keperluan, ambilin minum, ambilin makan saat dipelaminan, perhatikan jika ada hal kurang pas dari penampilan kita. dan gercep komunikasi sm MUA*, @icaaa: *Haha bener bgt lagi anjirr, pada gaya gaya an doang jadi bridesmaid*, dan @TIWI florist: *haha bner bgt 🤔 karuan gk ngasihhh dah. pikirin aja kluarga, drpd ngsh bahan kawan yg hbis rombongan manten laki pulang ya mreka ikut pulang haha, udh dipasrahin buat jaga souvenir, siang malah cabut*.

Komentar-komentar ini memperlihatkan bahwa audiens tidak hanya sekadar mengamini edukasi pembicara, tetapi juga mereproduksi narasi subordinasi *bridesmaid* melalui pengalaman pribadi dan penilaian moral. Dengan demikian, wacana yang dibangun oleh pembicara mendapatkan legitimasi sosial karena audiens ikut serta memperkuat konstruksi bahwa *bridesmaid* seharusnya tunduk, patuh, dan berkontribusi secara fungsional dalam acara pernikahan.

Data 4; Postingan Video pada Tanggal 22 Oktober 2024 (Malam)

Pada data 4 ini memperlihatkan bagaimana teukuaziz selaku pembicara secara konsisten memosisikan dirinya sebagai subjek dominan yang mengendalikan narasi mengenai *bridesmaid*. Ia menggunakan gaya bahasa penuh hiperbola, repetisi, dan penegasan untuk menguatkan posisi otoritatifnya sebagai pihak yang berhak mengevaluasi serta mengontrol perilaku *bridesmaid*. Sebaliknya, *bridesmaid* direpresentasikan sebagai objek subordinatif, baik melalui penghinaan verbal, labeling, maupun ancaman simbolik terkait penghapusan video (Mills, 2005).

Bridesmaid diposisikan sebagai kelompok yang tidak memiliki otonomi naratif. Hal ini tampak dari ungkapan “*kamu itu lemu nduk, nggak usah sok cantik, kamu main HP*” hingga “*orang kamu itu dua kilometer persegi kok, luas kayak stadion loh badanmu.*” Ucapan-ucapan ini tidak hanya bersifat body shaming, tetapi juga mengonstruksi *bridesmaid* sebagai entitas pasif, malas, dan tidak berguna dalam konteks sosial pernikahan. Bahkan, ketika *bridesmaid* meminta video dihapus, teukuaziz menolak dengan tegas “*walaupun kalian datang dan sujud di ujung telapak jempol kaki aku, aku nggak akan ngehapus video ini.*” Dengan demikian, *bridesmaid* diperlakukan sebagai objek yang tak berdaya menghadapi kuasa wacana pembicara (Mills, 2005).

Selain itu, pembicara memosisikan dirinya sebagai figur dengan otoritas moral dan simbolik. Klaimnya bahwa hanya permintaan ibunya yang dapat membuat ia menghapus video memperkuat konstruksi hierarki, di mana *bridesmaid* ditempatkan jauh di bawah posisi subjek. Bahkan, pembicara menambahkan legitimasi personal dengan narasi pengalaman saat menjadi MC, menekankan rasa malu akibat sikap cuek *bridesmaid*. Strategi ini membangun citra diri pembicara sebagai pihak yang benar, berkorban, sekaligus berhak menghukum secara simbolis melalui konten (Mills, 2001).

Wacana ini mengarahkan penonton untuk mengafirmasi otoritas pembicara. Dengan retorika emosional, repetisi, dan humor sarkastis, audiens dibawa untuk tertawa, merasa simpati terhadap pengalaman memalukan pembicara, sekaligus menginternalisasi stereotip negatif tentang *bridesmaid*. Audiens diarahkan untuk menilai bahwa *bridesmaid* memang pantas dipermalukan karena dianggap “*cuek,*” “*sok cantik,*” dan “*tidak berguna.*” Posisi audiens dengan demikian tidak netral karena mereka diposisikan sebagai sekutu pembicara dalam memperkuat dominasi narasi (Mills, 2001).

Terdapat 18 data komentar audiens yang mayoritas memperlihatkan dukungan terhadap posisi pembicara. Sebagian komentar bahkan menegaskan stereotip negatif yang dilekatkan pada *bridesmaid*, seperti @Latifah Nano: *mereka merasa lebih cantik dari pengantinya mas,sabar2.... 😊*, @Dewie Srie: *fungsi bridesmaids tuh apa*, dan @verila10: *Mas aziz ini bener banget., lebih menghargai & kasian sm pengantinya., sabar mas aziz.*

Komentar-komentar tersebut memperlihatkan bagaimana audiens tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi ikut meneguhkan konstruksi bahwa *bridesmaid* adalah pihak yang layak ditertawakan dan diposisikan subordinatif. Dengan demikian, fungsi wacana ini tidak sekadar hiburan, melainkan juga reproduksi simbolik atas dominasi laki-laki terhadap peran sosial *bridesmaid* dalam kerangka pernikahan.

Data 5; Postingan Video pada Tanggal 5 November 2024

Data 5 menunjukkan adanya strategi wacana yang ambivalen namun tetap meneguhkan relasi kuasa antara pembicara dan *bridesmaid*. Di awal pernyataan, pembicara seolah-olah menghadirkan keraguan dengan mengatakan “*aku masih bingung mikir yang salah itu MC nya kah... atau bridesmaidnya yang salah?*” tetapi pada akhirnya tetap mengarahkan kesalahan kepada *bridesmaid* melalui klaim “*kenapa kalian itu selalu bikin onar?*” Ungkapan ini mengonstruksi *bridesmaid* sebagai objek yang bersifat problematik, identik dengan kegaduhan, dan tidak mampu menjalankan peran yang diharapkan (Mills, 2001).

Dalam kerangka Sara Mills, posisi subjek ditempati oleh pembicara yang memegang otoritas dalam mendefinisikan peran, kesalahan, dan tanggung jawab. Ia berperan sebagai pengontrol wacana seolah-olah memiliki kuasa menilai siapa yang salah dan benar. Sebaliknya, *bridesmaid* direpresentasikan sebagai objek tidak memiliki kesempatan untuk bersuara, melainkan hanya ditampilkan sebagai pihak yang keliru, membuat onar, dan mengganggu jalannya acara. Dengan demikian, relasi subjek–objek yang terbentuk tetap bersifat hierarkis dan merugikan *bridesmaid* (Mills, 2001).

Dari sisi audiens, strategi retorik berupa pertanyaan retorik “*kalau kalian jadi pengantin apa yang kalian lakuin?*” berfungsi mengarahkan penonton untuk menempatkan diri pada posisi pengantin dan merasakan kekecewaan yang sama seperti diungkapkan pembicara. Audiens diposisikan untuk ikut menginternalisasi representasi negatif *bridesmaid*, sekaligus menerima legitimasi pembicara sebagai pihak paling objektif dalam menilai. Dengan demikian, audiens digiring bukan untuk bersikap kritis, melainkan untuk mengafirmasi bahwa *bridesmaid* memang pantas dipersalahkan (Mills, 2005).

Terdapat 8 komentar audiens yang mendukung konstruksi ini. Beberapa di antaranya secara eksplisit mengutuk perilaku *bridesmaid* dan bahkan menempatkan diri pada posisi pengantin, seperti @Ve: *Bridesmaid nya gatau diri, klo gue jd pengantin gue udh bmdm lah gila aja dudukin laki gue*, @Paracetamol: *aku yg jdi pengantinya ku suruh ganti tu kursi terus ku suruh pulang, habis itu blok semua nomor dan sosmednya tu pengacau*, dan @Cunanu 🍑: *dan sempat sempat nya ketawa ketiwi, foto selfie pula, kasihan loh itu mempelai nya*.

Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya sekadar menonton, tetapi aktif memperkuat narasi dominan pembicara dengan menambahkan sanksi simbolik maupun imajinasi hukuman sosial terhadap *bridesmaid*. Hal ini menegaskan bahwa posisi audiens tidak netral, melainkan dibentuk untuk menjadi perpanjangan legitimasi pembicara dalam menjustifikasi subordinasi *bridesmaid*.

Data 6; Postingan Video pada Tanggal 23 Oktober 2024

Pada data 6 menampilkan strategi wacana sangat keras dalam membingkai *bridesmaid* sebagai pihak bersalah. Melalui penggunaan diksi repetitif “*maling! maling!*” pembicara mengonstruksi *bridesmaid* sebagai objek kriminalisasi simbolik, yakni sosok yang tidak sekadar lalai tetapi dianggap melanggar norma sosial dengan perilaku pencurian. Ungkapan seperti “*bridesmaidnya maling siapa ini heh*” dan ancaman simbolik “*semoga tangannya gini [stroke]*” mempertegas pembingkai *bridesmaid* sebagai aktor deviasi yang pantas dipermalukan sekaligus dihukum secara verbal (Mills, 2001).

Dalam kerangka Sara Mills, Teukuaziz menempati posisi subjek yakni pihak yang mendefinisikan realitas, menuduh, serta memberi penilaian moral terhadap tindakan *bridesmaid*. Ia memosisikan dirinya sebagai figur berotoritas yang berhak menilai benar atau salah, bahkan mengklaim legitimasi melalui pernyataan hiperbolis seperti “*ini udah 2024 loh gais*” dan “*jodoh itu ditentukan dari skincare, income, dan hati yang baik*.” Sebaliknya, *bridesmaid* ditempatkan sebagai objek, yang tidak memiliki ruang untuk memberikan klarifikasi atau pembelaan, melainkan hanya hadir dalam wacana sebagai simbol kesalahan, ketidakbergunaan, dan ketidaksopean (Mills, 2005).

Teukuaziz menggunakan gaya retorik hiperbolik, repetitif, dan teatrikal misalnya peragaan tangan stroke untuk mengarahkan respon emosional penonton. Strategi ini membuat audiens tidak sekadar memahami pesan, tetapi juga ikut terbawa dalam suasana dramatik yang diciptakan pembicara. Audiens diposisikan untuk ikut mengecam, menertawakan, sekaligus mengamini tuduhan bahwa *bridesmaid* tidak sekadar lalai, tetapi benar-benar pencuri dalam acara pernikahan. Dengan demikian, posisi audiens bukan netral melainkan dipaksa menyetujui dominasi narasi pembicara, serta menormalisasi praktik stigmatisasi terhadap *bridesmaid* (Mills, 2005).

Terdapat 17 komentar audiens yang menguatkan arah wacana ini. Beberapa komentar menunjukkan kemarahan dan penegasan norma kepantasan, seperti @Littlecapri: *Kalo ada yang ketahuan ngambil nya kaya gitu gw bakal ngamuk* 😡, @E123456: *Kalo acara udah selesai gak papa. Tapi kalo acara masih berjalan dan baru mulai jangan ya dek yaaaa. Kasihann pengantin nyaaaaa* 🙄, dan @awnesyy: *kaa gua sebagai mua ngerasa rugii kakk* 🙄 *rusak sering bgt kejadianan.*

Komentar-komentar ini menegaskan bahwa audiens tidak hanya menyetujui tuduhan pembicara, tetapi juga menambahkan bentuk sanksi simbolik dan pengalaman personal untuk memperkuat stigma. Dengan demikian, konstruksi *bridesmaid* sebagai pihak yang merusak, tidak tahu aturan, hingga pencuri simbolik menjadi semakin dilegitimasi melalui kolaborasi antara narasi pembicara dan partisipasi audiens.

Data 7; Postingan Video pada Tanggal 2 November 2024

Data 7 ini menampilkan konstruksi wacana bersifat mengejek dan merendahkan *bridesmaid* melalui komentar sinis, sarkastis, dan repetitif. Ungkapan seperti “*mau bikin apa sih gerak jalan di tempat atau gimana sih bridesmaidnya*” serta perintah “*bubar! bubar! pulang!*” membingkai *bridesmaid* sebagai objek lelucon dan hiburan, bukan sebagai individu yang memiliki otonomi ekspresi. Dalam narasi ini, *bridesmaid* diposisikan sebagai kelompok yang tidak becus, kikuk, bahkan dianggap membuang waktu karena aktivitasnya dinilai tidak jelas dan tidak bermanfaat (Mills, 2001).

Dalam kerangka Sara Mills, pembicara (Teukuaziz) menempati posisi subjek yang berfungsi sebagai pengontrol wacana. Ia menilai, menghakimi, dan menertawakan *bridesmaid* secara sepihak. Sebaliknya, *bridesmaid* direpresentasikan sebagai objek yang hadir hanya untuk dijadikan bahan evaluasi, candaan, sekaligus sindiran. Identitas mereka dipersempit menjadi tubuh-tubuh yang bingung, ngantuk, dan tidak produktif, tanpa diberi ruang untuk menjelaskan maksud atau konteks dari aktivitas yang dilakukan (Mills, 2005).

Sementara itu, audiens diposisikan untuk ikut menginternalisasi sudut pandang pembicara. Melalui gaya retorik teatrikal dan hiperbolik seperti “*pulang aja yuk, ngaji aja yuk, udah maghrib,*” penonton diarahkan untuk menertawakan *bridesmaid*, menganggap aktivitas mereka sia-sia, bahkan memandang mereka sebagai kelompok yang gagal menghadirkan performa estetis. Dengan demikian, audiens tidak diposisikan secara kritis, melainkan sebagai sekutu subjek yang memperkuat dominasi narasi merendahkan (Mills, 2005).

Terdapat 17 komentar audiens yang mengafirmasi konstruksi ini. Beberapa komentar bahkan menambahkan humor baru untuk memperkuat ejekan terhadap *bridesmaid* seperti @AD: *ohhh itu cerita nya lagi mau jadi ubur ubur kali*, @Ellitha wahyu zihana: *Gerak jalan,* dan @Butterflie 🦋🌈: *gue udah sejam ngetawain ini doang.* Komentar-komentar ini menunjukkan bagaimana audiens tidak berusaha melawan narasi pembicara, melainkan larut dalam humor kolektif yang menertawakan *bridesmaid*. Alhasil, wacana dominan yang merendahkan *bridesmaid* semakin dilegitimasi, dengan audiens berperan aktif sebagai penguat stereotipe.

Data 8; Postingan Video pada Tanggal 2 Oktober 2025

Data 8 menunjukkan bagaimana pembicara membingkai *bridesmaid* dalam posisi infantil dan tidak berdaya. Melalui tuturan repetitif “*udah di rumah aja,*” “*nanti di demo warga gimana,*” hingga “*ntar dibeliin deh ya?*” *bridesmaid* diposisikan sebagai objek kontrol paternalistik, seolah-olah anak kecil yang perlu diawasi, dilarang keluar rumah, bahkan dijanjikan imbalan layaknya strategi menenangkan anak. Dengan demikian, *bridesmaid* kehilangan identitas sebagai individu dewasa mandiri, dan direduksi menjadi entitas yang harus tunduk pada otoritas pembicara (Mills, 2005).

Dalam kerangka Sara Mills, Teukuaziz mengambil peran subjek, yaitu pihak yang mendefinisikan situasi, memberi larangan, dan mengatur perilaku. Ia membingkai dirinya sebagai figur berotoritas berhak menentukan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan *bridesmaid*. Sebaliknya, *bridesmaid* ditempatkan sebagai objek, digambarkan tidak mampu membuat keputusan sendiri dan hanya hadir sebagai pihak yang harus patuh. Relasi kuasa ini menegaskan subordinasi *bridesmaid* dengan cara mengabaikan otonomi mereka (Mills, 2001). Dari sisi audiens, wacana ini diarahkan untuk menertawakan situasi yang dibangun pembicara. Dengan retorika bercanda seperti “*nanti di demo warga gimana?*”, “*kemarin mau apa sih ayam item kan? Ntar dibeliin deh ya?*” penonton diposisikan untuk melihat *bridesmaid* sebagai sosok lugu, tidak berdaya, bahkan kekanak-kanakan. Audiens tidak diajak menilai *bridesmaid* secara kritis, melainkan diajak mengafirmasi dominasi pembicara dan menikmati subordinasi *bridesmaid* sebagai bagian dari hiburan (Mills, 2001).

Terdapat 9 komentar audiens yang merefleksikan pola ini. Beberapa komentar menguatkan nuansa humor dan olok-olok, seperti @2222: *ngk mau ayam item maunya ayam ungu*, @Arinda Lee: *ya Allah dikira Wewe ank2 pada hilang*, dan @18%: *plisss mau ngakak tkut dosa di than GK enk*. Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa audiens lebih memilih larut dalam hiburan yang ditawarkan pembicara ketimbang merefleksikan posisi *bridesmaid* secara kritis. Dengan demikian, wacana yang menertawakan *bridesmaid* semakin dilegitimasi, sementara dominasi pembicara dipertegas melalui keterlibatan audiens dalam praktik humor kolektif.

Data 9; Postingan Video pada Tanggal 21 Oktober 2024

Data 9 menegaskan bagaimana Teukuaziz menggunakan wacana edukatif sekaligus sarkastis untuk mendominasi narasi mengenai praktik *bridal shower* di Indonesia. Dengan kalimat pembuka “*apasih bridal shower? Aku kasih tahu ya,*” ia memosisikan dirinya sebagai subjek otoritatif yang berhak mendefinisikan makna dan praktik *bridal shower*. Sebaliknya, *bridesmaid* ditempatkan sebagai objek, direpresentasikan sebagai pihak yang salah kaprah, norak, dan membuang waktu melalui aktivitas dianggapnya tidak sesuai dengan makna asli *bridal shower* (Mills, 2001).

Penggunaan diksi bernada merendahkan seperti “*nggak seru gais! Ini nggak gaul! Aneh! Norak banget,*” serta stereotip bahwa *bridesmaid* hanya melakukan aktivitas dangkal seperti “*bikin TikTok,*” “*mabok-mabokan,*” atau “*ngasih kue bentuk kelamin laki-laki,*” berfungsi membingkai *bridesmaid* sebagai kelompok sosial yang tidak berpengetahuan, hedonis, dan gagal menjalankan fungsi simboliknya dalam mendukung pengantin. Narasi ini tidak memberi ruang bagi *bridesmaid* untuk berbicara, melainkan hanya menghadirkan mereka sebagai representasi keliru yang harus diperbaiki (Mills, 2005).

Dari sisi audiens, strategi retorik berupa sindiran, hiperbola, dan dikotomi salah vs benar diarahkan untuk menciptakan posisi penerima wacana kritis terhadap *bridesmaid* tetapi afirmatif terhadap pembicara. Penonton digiring untuk mempercayai bahwa *bridesmaid* telah salah mengartikan *bridal shower* dan karenanya membutuhkan arahan moral. Dengan demikian, audiens diposisikan sebagai pendukung subjek karena mereka diajak untuk

menertawakan, mengkritik, sekaligus mengamini pandangan pembicara sebagai versi benar (Mills, 2001).

Terdapat 13 komentar audiens yang merefleksikan pola ini. Beberapa di antaranya memperlihatkan penerimaan dan afirmasi terhadap narasi pembicara seperti @menca: *setujuuu harusnya gituu lebih kelas jugaa*, @Julia and Julia: *bridal shower itu gini lho..pngantin n temen2nya, misal..luluran bareng.. make up bareng, abis gt nnton. karaokean..makan bareng, trs pada tdr barengan, saling share.. gimana kelak kl smua sudah nikah*, dan @Jaisha 🍓: *Aku kemarin sebelum nikah sm bestie2 cm janjiin staycation, nginep, makan bareng, eh pas malem nya disurprise in decor Bridal shower beserta cake gt trs foto2. Lebih berasa intimate momentnya*. Komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa audiens bukan hanya setuju dengan kritik pembicara, tetapi juga berusaha membangun narasi tandingan tentang bagaimana bridal shower seharusnya dilakukan. Hal ini semakin memperkuat legitimasi posisi pembicara sebagai pihak yang benar sekaligus pendidik moral bagi audiens.

Data 10; Postingan Video pada Tanggal 23 Maret 2021

Data 10 menampilkan interaksi yang menegaskan dominasi verbal pembicara terhadap *bridesmaid*. Melalui serangkaian pertanyaan bernada merendahkan seperti “*kenapa kalian dilahirkan nih, kenapa jadi bridesmaid?*” serta ancaman hiperbolis “*ayo, hitungan ke 3... aku bakar ya*,” pembicara mengonstruksi *bridesmaid* sebagai objek subordinatif tidak memiliki kuasa atas dirinya sendiri. Meskipun *bridesmaid* sempat merespons dengan kalimat singkat “*demi allah masnya ini*” dan “*siapa si mas? sana sana*,” respons tersebut tidak mengubah posisi mereka dalam wacana, sebab tetap dibingkai sebagai pihak yang salah, pasif, dan layak ditegur (Mills, 2001).

Dalam kerangka Sara Mills, Teukuaziz menempati posisi subjek dominan. Ia memosisikan dirinya sebagai figur otoritatif memiliki legitimasi untuk menilai, memerintah, bahkan mengancam *bridesmaid*. Sebaliknya, *bridesmaid* direpresentasikan sebagai objek yang harus tunduk pada otoritas subjek, sekalipun diberi ruang berbicara. Interupsi verbal *bridesmaid* justru semakin memperkuat dominasi subjek, karena segera ditutup dengan ancaman dan evaluasi (Mills, 2005).

Selain itu, Teukuaziz memperkuat posisi kuasanya dengan cara menegaskan otonomi *bridesmaid* melalui labeling pintar dan bodoh yang bergantung sepenuhnya pada kesesuaian mereka dengan ekspektasi pengantin. Misalnya, ucapan “*nah pinter gini tugasmu yaa*” mengonstruksi *bridesmaid* bukan sebagai individu bebas, melainkan sebagai instrumen yang nilai sosialnya diukur dari sejauh mana ia melayani kebutuhan pengantin (Mills, 2005).

Dari sisi audiens, wacana ini mengarahkan penonton untuk menyetujui dominasi pembicara. Strategi hiperbolik seperti “*aku bakar ya*” dipadukan dengan humor sarkastis menciptakan efek hiburan yang mengundang tawa, sehingga audiens diposisikan bukan untuk bersimpati kepada *bridesmaid*, melainkan untuk menertawakan subordinasi mereka. Dengan demikian, audiens dijadikan sekutu subjek dalam memperkuat hierarki kuasa yang timpang (Mills, 2001).

Terdapat 12 komentar yang mendukung pola ini. Beberapa komentar secara eksplisit memperlihatkan penerimaan terhadap dominasi pembicara seperti @yayas: *haha bagusss* 😂, jadi malu aku, kok langsung di buktiin beneran, @tehbotolmania: *bakar ditempat hahaha*, dan @Lalalala: *W setuju nih kalo abangnya buka sekolah bridesmaid*. Selain itu, ada juga komentar yang menegaskan ketidakberdayaan *bridesmaid* dengan gaya humor seperti @Akuannisa: *Tugasnya bikin story wkwk* dan @ve 🦋: *jd keliling ya mas cari bridesmaid yg males gk tau tugasnya apa* 😂👍 *di training dlu hrsnya sbkm hari H*. Komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa audiens bukan hanya mengikuti arah narasi pembicara, tetapi juga aktif menambah lapisan humor yang semakin merendahkan *bridesmaid*. Hal ini

menandakan bahwa fungsi hiburan lebih diutamakan daripada refleksi kritis, sehingga dominasi pembicara semakin terlegitimasi.

Data 11; Postingan Video pada Tanggal 19 November 2024

Pada data 11 memperlihatkan pergeseran strategi wacana dari bentuk agresif ke bentuk persuasif, namun masih dengan pola relasi kuasa asimetris. Teukuaziz memosisikan dirinya sebagai subjek dominan yang berusaha mencitrakan diri sebagai figur sahabat, “*aku tuh pengen loh jadi sahabat kalian, jadi bestie kalian.*” Akan tetapi, upaya pencitraan ini tidak meniadakan ketimpangan kuasa, sebab *bridesmaid* tetap diposisikan sebagai pihak bersalah, tidak loyal, dan kurang berkomitmen (Mills, 2001).

Bridesmaid direpresentasikan sebagai objek subordinatif gagal memenuhi ekspektasi sosial, misalnya dianggap tidak *effort* dalam koordinasi, sulit diajak komunikasi, hingga mengembalikan baju tanda kurangnya komitmen. Ketika ada *bridesmaid* mundur, narasi ini segera dibingkai sebagai pembuktian bahwa mereka bukanlah teman sejati, sebagaimana ditegaskan melalui kutipan pengantin yang divalidasi pembicara, “*berkat konten kak aziz aku jadi tau mana temen-temen aku yang bener-bener temen.*” Dengan demikian, *bridesmaid* tidak diberi ruang untuk mendefinisikan dirinya sendiri, identitas mereka semata-mata ditentukan oleh subjek (Mills, 2001).

Menariknya, dalam narasi ini subjek menampilkan diri secara ambivalen, di satu sisi ia mengaku ragu dan bersalah “*apa aku yang salah?*” tetapi segera meneguhkan kembali posisi otoritatifnya dengan klaim kebenaran dan fungsi edukatif “*akhirnya mau gamau aku kirim link tiktok kak aziz untuk mengedukasi si bridesmaid-bridesmaid ini.*” Sikap defensif tersebut justru memperkuat kesan bahwa kontrol wacana tetap berada di tangan subjek (Mills, 2005).

Wacana diarahkan untuk membangun simpati dan dukungan terhadap pembicara. Strategi retorik berupa humor, sapaan akrab “*teman-teman cantik, sayang*” serta kisah validasi dari pengantin berfungsi meneguhkan citra subjek sebagai figur tulus dan bersahabat. Namun, pada saat bersamaan, audiens juga didorong untuk menyetujui posisi subordinatif *bridesmaid* seperti mereka diposisikan sebagai pihak tidak kompak, sulit diandalkan, dan layak terbongkar melalui konten. Dengan demikian, audiens kembali dipanggil sebagai sekutu subjek, bukan sebagai pihak yang netral (Mills, 2001).

Terdapat 14 komentar yang mendukung pola ini. Beberapa komentar menegaskan dukungan terhadap pembicara seperti @ICHA MARISSA: *tuh dengerin mas aziz aja mau loh jadi bestie kalian* dan @PhinSoegito: *padahal malah enak kl Dah ada yg ngatur, drpd bingung mau ngapain*. Sementara itu, komentar lain menyoroti kelemahan *bridesmaid* dan menegaskan stereotipe negatif mereka seperti @Ajhenk Pratama: *mmg ada sih bridesmet cuma menuhin tempat doang* 🥰 *dtg lambat pulang cepat* dan @kochik90: *bridesmaid yg nolak bntu2 ktahuan kl mreka cm mw pamer muka doank*. Komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menyetujui narasi pembicara, tetapi juga secara aktif menambahkan justifikasi dan candaan yang semakin meneguhkan *bridesmaid* sebagai pihak subordinatif. Dengan demikian, legitimasi pembicara semakin diperkuat melalui partisipasi audiens.

Data 12; Postingan Video pada Tanggal 24 November 2024

Data 12 menampilkan representasi relasi kuasa semakin tegas antara Teukuaziz sebagai subjek dominan dan *bridesmaid* sebagai objek subordinatif. Teukuaziz secara gamblang menegaskan bahwa popularitas dan otoritasnya di media sosial menjadi privilege yang dapat mengendalikan perilaku *bridesmaid*. Pernyataan seperti “*bridesmaid akhirnya tunduk patuh dan ikutin aturan kita*” menunjukkan adanya mekanisme kontrol simbolik, di mana ketakutan untuk diviralkan dijadikan instrumen penaklukan (Mills, 2001).

Bridesmaid direpresentasikan sebagai objek pasif, perlu diarahkan, dan cenderung melakukan kesalahan misalnya “*mager-mager banget diajakin*”, “*sibuk sendiri foto-foto*”,

atau “pacaran di pojokan.” Identitas mereka dipersempit menjadi sekadar dayang-dayang yang harus menyenangkan hati pengantin serta meramaikan acara. Dengan demikian, *bridesmaid* kehilangan agensi dan otonomi, mereka hanya diberi dua pilihan yakni mengikuti arahan subjek atau menerima risiko diviralkan (Mills, 2005).

Dari sisi posisi audiens, wacana ini mengonstruksi dua lapis interpelasi. Pertama, audiens diarahkan untuk bersimpati pada subjek melalui citra dirinya yang “baik hati,” misalnya lewat ungkapan “aku baik bangeett sama kalian,” meskipun kebaikan tersebut bersyarat. Hal ini mengundang penonton untuk melihat subjek sebagai figur yang peduli, tulus, sekaligus rela membimbing. Kedua, audiens juga diarahkan untuk mengafirmasi representasi *bridesmaid* sebagai pihak bermasalah: malas, tidak kooperatif, atau sekadar mementingkan penampilan. Dengan demikian, audiens diposisikan bukan hanya sebagai penerima pasif, melainkan sebagai sekutu ideologis yang memperkuat legitimasi kuasa subjek (Mills, 2005).

Strategi retorik yang dipakai menggabungkan intimidasi dan persuasi. Intimidasi hadir dalam bentuk ancaman simbolik viralisasi seperti “pilihannya itu ada 2, mau diviralin atau mau ikut aja acaranya,” yang menempatkan *bridesmaid* dalam tekanan sosial. Sementara itu, persuasi bekerja lewat sapaan akrab dan humoris seperti “gausa takut ges sama aku, aku baik banget,” sehingga audiens merasa bahwa subjek bukan hanya berkuasa, tetapi juga layak dipercaya (Mills, 2005).

Terdapat 12 data komentar audiens mengafirmasi kedua lapisan interpelasi tersebut. Sebagian menekankan simpati terhadap pembicara seperti @dosen slow living: *yaelaa emang ga seru aja itu bridesmaidnya wkwk. aku udh 2x jadi bridesmaid pas mcnya kak aziz seru seru aja tuh* dan @bungapermata: *wkwkw padahal mas nya cuma sharing pengalaman 😊 untuk kebaikan bersama, ga nyenggol personalnya kan*. Sementara itu, komentar lain menguatkan stereotip *bridesmaid* sebagai pihak bermasalah seperti @Galuh Indahningrum: *Bridesmaid harus bener2 orang terpilih. soalnya banyak yg cuman jd beban, dikasih tugas malah kabur2an. kerjaannya foto2, update story, dah hbs kelar* dan @Ariq: *Biar pada tau si bridesmed2 yg cuma pengen seragam dan foto2 doang*. Dengan demikian, partisipasi audiens tidak netral yakni mereka dianggap bukan hanya mendukung narasi pembicara, tetapi juga ikut menormalisasi representasi *bridesmaid* sebagai kelompok subordinatif yang layak dikritik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap dua belas data unggahan video Teukuaziz, ditemukan pola relasi kuasa yang konsisten sebagaimana dirumuskan dalam kerangka analisis Sara Mills. Pertama, pembicara laki-laki (Teukuaziz) secara konsisten menempati posisi subjek dominan yang berfungsi mendefinisikan, menilai, sekaligus mengontrol narasi tentang *bridesmaid*. Melalui strategi retorik berupa hinaan, labeling negatif, humor sarkastis, hingga intimidasi simbolik, ia memosisikan dirinya sebagai otoritas moral yang berhak menentukan benar-salah serta standar ideal perilaku *bridesmaid*.

Kedua, *bridesmaid* secara sistematis direpresentasikan sebagai objek subordinatif yang kehilangan agensi. Identitas mereka direduksi menjadi tubuh, fungsi estetika, dan instrumen praktis bagi kelancaran pernikahan. Stereotip seperti “malas,” “tidak berguna,” “sok cantik,” hingga “maling” menegaskan posisi *bridesmaid* sebagai pihak yang tidak hanya dipandang rendah, tetapi juga layak dipermalukan secara simbolik. Bahkan ketika *bridesmaid* sempat bersuara, interupsi tersebut tetap dibingkai dalam kerangka subordinatif, sehingga tidak menggeser dominasi subjek.

Ketiga, audiens diposisikan sebagai sekutu subjek. Retorika hiperbolik, humor kolektif, dan narasi edukatif diarahkan untuk menciptakan penerimaan terhadap dominasi pembicara. Temuan komentar-komentar audiens menunjukkan bahwa penonton tidak sekadar pasif, melainkan aktif mereproduksi makna dengan menambahkan ejekan, sanksi simbolik, dan

validasi terhadap representasi negatif *bridesmaid*. Dengan demikian, audiens memainkan peran penting dalam memperkuat dan melegitimasi konstruksi wacana subordinatif tersebut.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa praktik wacana Teukuaziz bukan sekadar hiburan, melainkan mekanisme simbolik yang mereproduksi relasi patriarkis. Laki-laki ditempatkan sebagai pusat otoritas, sementara perempuan (*bridesmaid*) diposisikan sebagai objek yang tunduk, dipermalukan, dan dikendalikan. Proses ini berlangsung tidak hanya melalui ujaran pembicara, tetapi juga melalui partisipasi aktif audiens yang menormalisasi ketimpangan kuasa tersebut. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial berperan sebagai ruang reproduksi ideologi, di mana representasi gender yang timpang dilembagakan secara diskursif melalui praktik humor, hiburan, dan interaksi publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifulloh, M., & Wijayanti, N. (2023). Body Size On Cinema: A Critical Discourse Analysis On Contemporary Indonesian Cinema. *Studies In Media And Communication*, 11(1), 25–32.
- Carter, J. (2022). Traditional Inequalities And Inequalities Of Tradition: Gender, Weddings, And Whiteness. *Sociological Research Online*, 27(1), 60–76.
- Erantika, D. E., & Asnawi, A. (2021). Analisis Wacana Kritis Model Sara Mills Dalam Novel Sunyi Di Dada Sumirah Karya Artie Ahmad. *J-Lelc: Journal Of Language Education, Linguistics, And Culture*, 1(3), 12–29.
- Khoiriyah, I. M. (2022). *Budaya Pop Dalam Ritual Pra-Perkawinan*.
- Khoiriyah, I. M. (2023). *Budaya Pop Dalam Ritual Pra-Perkawinan*.
- Magdalena, A. (2023). Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills Terhadap Dominasi Perempuan Pada Konten Tiktok Inul Daratista. *Jurnal Inada: Kajian Perempuan Indonesia Di Daerah Tertinggal, Terdepan, Dan Terluar*, 6(2), 212–222.
- Medvi, A., & Syahminan, M. (2024). Strategi Komunikasi Dan Penanggulangan Pelecehan Seksual Dalam Media Sosial Tiktok. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 8(1), 85–97. <https://doi.org/10.22437/Jssh.V8i1.36526>
- Meilani, H., Surip, M., & Dalimunthe, S. F. (2022). Analisis Wacana Kritis Model Sara Mills Terhadap Berita 3 Pria Sekap Dan Perkosa Santriwati Magelang Berawal Kenal Di Media Sosial. *Mukadimah: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(2), 388–391.
- Mills, S. (2001). *Discourse*.
- Mills, S. (2005). *Gender And Colonial Space*. Manchester University Press.
- Nairurrohman, V., & Khotimah, K. (2024). Representasi Patriarki Pada Konten Tiktok Riski Hasibuan Analisis Wacana Kritis Model Sara Mills. *Anufa*, 2(1), 77–84.
- Oktapiyani, D., & Hamdani, A. (2025). Model Analisis Wacana Kritis Sara Mills Dalam Menganalisis Representasi Gender Di Media Sosial: Studi Kasus Pada Narasi Feminisme Dalam Konten Digital 2024. *Jurnal Membaca Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 10(1).
- Putri, Y. A., Rumilah, S., & Abrian, R. (2024). Wacana Pemberitaan Agnes Gracia Dalam Kasus Mario Dandy: Perempuan Dalam Pusaran Kasus Kekerasan Pada Portal Berita Daring Tribunnews. Com. *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1–9.
- Qurrahim, T. (2023). *Analisis Wacana Kritis Sara Mills Representasi Kedudukan Perempuan Pada Akun Instagram@ Feminisyogya*.

- Ramadhani, A. F., & Adiprabowo, V. D. (2023). Inferioritas Perempuan Dalam Film Perempuan Tanah Jahanam:(Analisis Wacana Kritis Sara Mills). *Jurnal Pikma: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(2), 320–336.
- Rizky, N., Angelita, D., & Khusyairi, J. A. (2024). Pemaknaan Penonton Perempuan Terhadap Beauty Influencer Laki-Laki Di Tiktok. 12(1), 49–62.
- Rosaria, M., & Wijaya, A. (2022). Bimbofication To Empower: Representation Of Hyperfemininity On Tiktok. *Susastra: Jurnal Ilmu Susastra Dan Budaya*, 11(1), 53–66.
- Sari, R. A. P., Tjahjono, T., & Rengganis, R. (2022). Representasi Seksime Dalam Kolom Komentar Netizen Pada Budaya Populer Konten Tiktok Hastag# Wanitakuat (Kajian Wacana Kritis Sara Mills). *Jurnal Education And Development*, 10(3), 603–608.
- Surahman, S., Senaharjanta, I. L., & Fendisa, S. (2022). Representasi Pergolakan Batin Perempuan Dalam Film Little Women (Analisis Wacana Kritis Sara Mills). *Sense: Journal Of Film And Television Studies*, 5(1), 55–70.
- Vidiadari, I. S., & Rismayanti, R. (2022). Bridal Shower In Yogyakarta: The Shifting Of Meaning And The Shaping Of Social Class. *Aristo*, 10(1), 104–117.