Agustus, 2025, Volume 7 Nomor 2
E-ISSN 2656-1026

TIKTOK SEBAGAI RUANG ADVOKASI EMOSIONAL: STUDI NETNOGRAFI TERHADAP KETIMPANGAN GENDER DALAM RUMAH TANGGA

Muhamad Khoiri Ridlwan
Faculty of Syariah and Islamic Law, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
email: khoiriridlwan@uinsatu.ac.id
Evi Fitriana
Faculty of Social Science, Universitas Negeri Malang
email: evi.fitriana.fis@um.ac.id

Abstrak

Perubahan dinamika rumah tangga di era digital mengalami akselerasi pesat, terutama melalui media sosial seperti TikTok. Artikel ini bertujuan menganalisis TikTok sebagai ruang advokasi emosional perempuan terhadap ketimpangan gender dalam pernikahan. Menggunakan pendekatan netnografi, data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif terhadap konten dan komentar video bertema keluarga. Temuan menunjukkan bahwa TikTok tidak sekadar menjadi platform hiburan, tetapi menjadi media ekspresi ketimpangan peran gender dan negosiasi emosi publik. Komentar-komentar netizen, terutama perempuan, mengungkap rasa kecewa, kelelahan emosional, serta kebutuhan akan pengakuan atas kerja domestik dan pengasuhan. Fenomena ini merepresentasikan pergeseran relasi kuasa dalam rumah tangga, dari nilai patriarkal menuju kesetaraan emosional. TikTok berperan sebagai katalis perubahan nilai dan ruang solidaritas emosional digital. Kajian ini berkontribusi pada pengembangan perspektif sosiologi gender dan komunikasi digital serta relevan bagi perumusan kebijakan keluarga di era media baru.

Kata kunci : TikTok, Ketimpangan gender, Netnografi, Advokasi emosional

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital pada dekade terakhir telah mengubah secara drastis cara individu membangun relasi sosial, menyampaikan perasaan, serta mengekspresikan pengalaman hidup secara publik. Salah satu platform yang paling populer dan berpengaruh di Indonesia adalah TikTok, sebuah media sosial berbasis video pendek yang menggabungkan hiburan, algoritma rekomendasi, dan ruang ekspresi personal yang sangat kuat (Daenara & Bisma, 2023; Sangadji et al., 2024). Laporan Digital 2025 Indonesia menunjukkan bahwa pengguna aktif TikTok di Indonesia telah melampaui 130 juta, menjadikannya platform teratas dalam hal keterlibatan pengguna (Khang & Sari, 2025). Popularitas TikTok tidak hanya karena kontennya yang menghibur, tetapi juga karena kemampuannya menjadi ruang naratif untuk menyuarakan pengalaman personal yang selama ini tersembunyi di balik norma sosial. Dalam konteks kehidupan keluarga, TikTok kini digunakan tidak hanya untuk menampilkan momen romantis atau lucu,

melainkan juga sebagai media refleksi sosial terhadap ketimpangan dan luka emosional dalam rumah tangga (Abidin, 2021; Brown, 2025).

Salah satu fenomena sosial yang mencuat dari penggunaan TikTok adalah maraknya perempuan—terutama istri dan ibu rumah tangga—yang mengekspresikan beban emosional dan ketimpangan gender dalam kehidupan domestik. Komentar viral seperti "Aku punya suami tapi seperti tidak punya" atau "Sudah melahirkan, tak pernah dihargai" menjadi testimoni publik atas tekanan batin yang selama ini tidak terdengar dalam ruang privat. Ekspresi ini merepresentasikan dimensi emosional yang kompleks dari relasi suami-istri, di mana aspek finansial tidak cukup untuk mempertahankan harmoni rumah tangga. Kajian sebelumnya menunjukkan bahwa perempuan sering mengalami *emotional labor* secara berlebihan tanpa adanya pengakuan sosial maupun emosional dari pasangan (Ehrlich, 1984). Melalui TikTok, keluhan ini mendapatkan ruang yang luas untuk ditampilkan dan dikomentari secara terbuka, sehingga mendorong munculnya kesadaran kolektif tentang ketimpangan yang sistemik dalam rumah tangga modern.

TikTok dalam hal ini berperan sebagai medium pembentukan solidaritas emosional antarperempuan, di mana pengguna merasa saling terhubung karena kesamaan pengalaman hidup yang bersifat struktural dan berulang (Kanai & Gill, 2020; Papacharissi, 2015). Respons berupa komentar, emoji, dan pembagian ulang konten menunjukkan bahwa ekspresi emosional di media sosial memiliki dimensi politis dan advokatif yang tidak bisa diabaikan. Media sosial menjadi sarana penting bagi perempuan muda untuk membangun identitas dan advokasi emosional secara kolektif (Dobson et al., 2018). Dalam konteks ini, advokasi yang lahir tidak berasal dari institusi formal, melainkan dari pengalaman personal yang beresonansi luas dan menciptakan tekanan sosial terhadap norma-norma patriarkis.

Berbeda dari advokasi konvensional yang dilakukan melalui jalur formal seperti organisasi atau lembaga, advokasi emosional digital yang muncul di TikTok bersifat cair, desentralistik, dan muncul dari bawah (*grassroots*). Kekuatan narasi personal yang viral melalui algoritma menjadikan ekspresi perempuan tentang ketimpangan gender sebagai isu umum yang dibicarakan secara luas tanpa perlu mobilisasi struktural (Jenkins et al., 2013; Maragh-Lloyd, 2020). Ketika konten-konten ini ditonton jutaan kali dan komentar-komentar mendapatkan ribuan *likes*, proses ini tidak hanya bentuk ekspresi individu, tetapi juga dapat dilihat sebagai bentuk tekanan normatif yang mendorong pembentukan nilai sosial baru (Baym, 2015a). Media sosial seperti TikTok berkembang menjadi media advokasi emosional dengan membagikan cerita-cerita pribadi. Pengalaman dari satu orang ini kemudian menjadi simbol perlawanan untuk membongkar masalah ketimpangan di dalam rumah tangga.

Cerita-cerita dari TikTok tersebut mengindikasikan adanya pergeseran nilai dari relasi rumah tangga yang tradisional menuju tuntutan relasi yang lebih setara secara emosional. Jika selama ini relasi suami-istri dibingkai secara struktural dengan asumsi pembagian peran yang kaku (suami bekerja, istri di rumah), kini perempuan menuntut suami untuk memberikan dukungan emosional dalam pernikahan (Giddens, 2013). TikTok menjadi alat komunikasi dan mendiskusikan ide-ide baru tentang pernikahan. Melalui video dan gambar, mereka memahami bagaimana seharusnya hubungan yang setara antara suami dan istri (Mahetaji, 2022). Popularitas konten yang

menekankan empati dan kehadiran suami menunjukkan bahwa norma-norma baru mulai terbentuk dalam budaya digital.

Advokasi emosional di TikTok tidak dapat dilepaskan dari konteks budaya Indonesia yang masih sangat memegang nilai-nilai tradisional dan mengidealkan keluarga harmonis. Meskipun demikian, idealisasi ini sering kali menyembunyikan konflik, luka batin, dan beban emosional yang tidak dibicarakan secara terbuka, terutama oleh perempuan (Iqbal, 2020). Ketika perempuan menemukan media seperti TikTok sebagai ruang untuk bersuara, menunjukkan bahwa banyak persoalan domestik tidak lagi bisa direpresi oleh norma kesantunan atau privatisasi konflik rumah tangga. Media sosial membuka batasan antara ruang privat dan publik (Wahyudi & Nugroho, 2022), memungkinkan suara-suara yang dulu terpinggirkan menjadi bagian dari wacana sosial yang sah dan diperhitungkan. Oleh karena itu, TikTok tidak bisa direduksi sebagai platform hiburan, melainkan juga sebagai ruang perjuangan simbolik dan kultural yang membentuk nilai-nilai baru dalam masyarakat digital.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana TikTok berfungsi sebagai ruang advokasi emosional yang merepresentasikan ketimpangan peran gender dalam rumah tangga, dengan menggunakan pendekatan netnografi. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah konten dan interaksi sosial di TikTok yang menampilkan ketidakseimbangan emosional, narasi curhat, dan validasi kolektif dalam relasi suami-istri. Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian sosiologi media, studi gender, dan transformasi nilai keluarga dalam era digital yang semakin kompleks.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, yakni adaptasi dari etnografi untuk mengamati praktik sosial di ruang digital, khususnya media sosial TikTok. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian untuk memahami bagaimana pengguna TikTok, terutama perempuan, mengekspresikan advokasi emosional terhadap ketimpangan gender dalam rumah tangga melalui konten video dan komentar. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif selama dua bulan (Mei–Juni 2025) terhadap video TikTok bertema relasi suami istri yang memiliki >10.000 likes dan komentar bernuansa curhat atau solidaritas emosional. Total 20 video dan lebih dari 1.000 komentar diamati dan didokumentasikan, tanpa keterlibatan langsung peneliti dalam interaksi daring.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis tematik (Braun & Clarke, 2006) melalui lima tahap: familiarisasi, pengkodean, identifikasi tema, peninjauan, dan interpretasi. Fokus analisis diarahkan pada pola narasi, ekspresi simbolik, dan interaksi komentar yang merepresentasikan advokasi emosional digital. Untuk menjaga validitas data, dilakukan triangulasi sumber dari berbagai akun pengguna dan refleksi peneliti terhadap konteks sosial digital. Etika penelitian dijaga dengan menyamarkan identitas pengguna dan tidak mengutip konten sensitif secara eksplisit. Metode ini dipilih karena mampu menangkap dinamika sosial yang cair, emosional, dan partisipatif khas dari budaya platform TikTok di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi netnografi terhadap konten TikTok bertema rumah tangga dan relasi gender, ditemukan bahwa platform ini dimanfaatkan oleh banyak

perempuan sebagai ruang ekspresi emosional dan keluhan terhadap ketimpangan peran dalam rumah tangga. Penelitian ini menganalisis 20 video TikTok dengan jumlah like yang tinggi dan komentar yang padat, serta mengandung narasi ketidaksetaraan emosional, beban mental, dan kelelahan domestik yang dirasakan oleh istri. Setiap video menampilkan bentuk keluhan personal yang mengandung makna sosial kolektif, dengan ekspresi verbal dan non-verbal yang kuat.

Secara umum, video-video tersebut menggunakan bahasa emosional seperti "capek," "nggak dihargai," "sendiri," dan "aku juga manusia," yang menunjukkan tekanan psikologis akibat relasi rumah tangga yang timpang. Konten tidak selalu disampaikan secara langsung—banyak juga yang menggunakan simbol visual, seperti ekspresi wajah kosong, aktivitas domestik berulang, musik melankolis, dan caption ironis. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi media representasi sosial terhadap dinamika keluarga yang tidak seimbang secara afektif maupun struktural. Berikut adalah ringkasan data 20 video TikTok yang dianalisis:

Tabel 1. Data 20 Video TikTok Bertema Ketimpangan Gender dalam Rumah Tangga

No	Judul Video (Singkat)	Jumlah Likes	Komentar Utama (Inti Narasi)
1	Capek Jadi Ibu Tapi Harus Tegar	380.000	Istri harus kuat meski nggak dihargai
2	Suami Cuek Sejak Punya Anak	275.000	Anak hadir, suami malah menjauh
3	Ngurus Rumah Sendiri	245.000	Semua kerjaan rumah istri yang pegang
4	Kerja Lembur, Istri Sendiri	310.000	Capek kerja, tapi nggak ada pelukan dari suami
5	Demi Anak, Lelah Dihapus	400.000	Untuk anak, semua lelah diredam
6	Aku Ibu, Aku Manusia	355.000	Ibu juga manusia, bukan robot
7	Suami Main Game, Aku Beresin Rumah	260.000	Aku kerja nonstop, dia main game
8	Melahirkan Sendiri, Suami Pergi	420.000	Suami nggak peduli saat aku melahirkan
9	Anak Prioritas, Aku Nggak Dianggap	305.000	Anak segalanya, aku kayak nggak ada
10	Hari Ibu Tapi Nggak Dirayain	270.000	Hari Ibu cuma lewat begitu aja
11	Uang Belanja Dikit, Tapi Harus Sempurna	285.000	Apa-apa harus sempurna, tapi uang pas-pasan
12	Tidur Cuma 3 Jam	295.000	Tidur cuma beberapa jam, terus ngurus rumah
13	Suami Diam Saat Aku Menangis	320.000	Aku nangis, dia malah diam
14	Aku Ingin Didengar	250.000	Aku cuma pengen didengar
15	Ulang Tahun Diri Sendiri Dilewatkan	235.000	Bahkan ulang tahun sendiri dilupain
16	Suami Liburan, Aku Di Rumah	290.000	Dia enak liburan, aku jaga rumah
17	Nggak Ada Terima Kasih	315.000	Satu ucapan aja nggak ada
18	Dikata Mager Padahal Capek	225.000	Padahal capek banget, masih dibilang malas
19	Ngurus Anak Itu Capek Banget	345.000	Capek mental ngurus anak sendiri
20	Aku Juga Punya Mimpi	410.000	Aku juga punya mimpi, bukan cuma istri

Bentuk keluhan paling dominan adalah ketidakhadiran emosional pasangan, tidak adanya apresiasi terhadap kerja domestik, dan perasaan kehilangan identitas personal dalam peran sebagai istri atau ibu. Pola ini menunjukkan bahwa pengalaman perempuan di ruang domestik masih sangat rentan terhadap beban ganda, tidak hanya fisik tetapi juga emosional. Salah satu video dengan narasi "Melahirkan Sendiri, Suami Pergi" mendapat respons yang sangat tinggi, mencerminkan empati publik terhadap

pengalaman yang dianggap melampaui batas ketimpangan.

Komentar-komentar yang muncul pada video-video tersebut memperlihatkan pola solidaritas emosional digital yang kuat. Banyak netizen perempuan yang menulis komentar berupa curahan hati serupa, atau sekadar menyampaikan "aku juga", "semangat ya kak", dan "kok aku ngerasa banget ya ini." Bahkan dalam beberapa komentar muncul bentuk ajakan dan nasihat yang mengarah ke advokasi interpersonal, seperti mendorong perempuan untuk berbicara terbuka kepada pasangan atau mulai memperjuangkan waktu dan hak pribadi.

Selain respons dalam bentuk komentar, sebagian besar akun pengunggah video merupakan akun personal milik perempuan, bukan akun organisasi atau influencer. Ini menunjukkan bahwa narasi advokasi emosional dalam TikTok muncul secara organik dan tidak direkayasa sebagai bagian dari kampanye sosial formal. Beberapa unggahan bahkan menggunakan narasi sangat intim, seperti dokumentasi aktivitas harian tanpa makeup, video anak menangis sambil ibunya membersihkan rumah, atau suara asli menangis yang disamarkan oleh lagu melankolis. Unsur spontanitas dan keaslian ini justru menambah kekuatan narasi, karena pengguna lain merasa bahwa cerita yang dibagikan adalah bagian dari realitas hidup sehari-hari yang mereka alami juga. Keaslian narasi inilah yang memperkuat resonansi emosional, menjadikan TikTok bukan sekadar medium hiburan, tetapi sebagai ruang testimoni kolektif terhadap luka sosial.

Terdapat juga beberapa pengguna yang merespons video-video tersebut dengan membagikan pengalaman positif mereka, seperti pasangan yang hadir secara emosional, atau hubungan rumah tangga yang setara dan saling menghargai. Meski tidak dominan, komentar-komentar ini menunjukkan adanya kontras wacana yang sehat di ruang digital, di mana narasi luka dan narasi harapan dapat berdampingan. Hal ini mengindikasikan bahwa TikTok bukan hanya ruang keluhan, tetapi juga arena pembentukan nilai baru melalui dialog terbuka antar pengguna. Dengan demikian, platform ini memungkinkan terjadinya proses refleksi sosial bersama yang tidak hanya memperkuat solidaritas emosional antarperempuan, tetapi juga memperluas kemungkinan perubahan nilai dalam institusi keluarga secara kultural dan simbolik.

Pembahasan

TikTok menjadi media yang efektif bagi perempuan untuk menyuarakan perasaan mereka tentang ketimpangan gender dalam rumah tangga. Video-video yang diamati berisi cerita pribadi yang menyentuh, gambar-gambar yang seolah menunjukkan rasa lelah secara mental, dan komentar-komentar yang menunjukkan rasa senasib dan saling mendukung. Temuan ini memberikan gambaran bahwa media sosial, khususnya TikTok, tidak hanya berperan sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai ruang diskusi untuk melakukan advokasi (pembelaan) yang didasarkan pada pengalaman.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa ketidakadilan gender di dalam rumah tangga masih menjadi masalah yang nyata, meskipun di luar sana isu kesetaraan gender sudah sering dibicarakan. Temuan ini mendukung teori Walby (2011) yang menyatakan bahwa sistem patriarki bekerja melalui enam struktur, salah satunya adalah *domestic mode of production*, di mana kerja reproduktif—seperti mengurus rumah, anak, dan kebutuhan emosional keluarga—terutama dilakukan oleh perempuan tanpa imbalan atau pengakuan yang setara. Pola ini terlihat jelas pada video-video TikTok yang menampilkan istri sebagai pihak yang memikul mayoritas tanggung jawab domestik dan emosional, sementara suami berperan minimal atau bahkan absen secara emosional. Narasi seperti "Aku kerja nonstop, dia main game" atau "Tidur cuma 3 jam, lanjut beres

rumah" menjadi representasi konkret dari bentuk gendered division of labor yang masih bias (Oakley, 2018).

Jacobsen & Petersen (2017) menjelaskan dalam konsep *the second shift* menunjukkan bahwa perempuan yang bekerja di luar rumah tetap memikul beban kerja domestik setelah jam kerja berakhir, sehingga mereka menjalani "shift kedua" di rumah. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena serupa juga terjadi pada ibu rumah tangga penuh waktu, meskipun beban mereka tidak dihitung sebagai *work* dalam definisi ekonomi formal. Konten TikTok yang memperlihatkan aktivitas rumah tangga berulang tanpa dukungan pasangan mencerminkan beban ganda (*double burden*) yang tidak hanya melelahkan secara fisik tetapi juga menguras energi dan emosi.

Millett (2016) berargumen bahwa keluarga patriarki berfungsi sebagai institusi politik yang mempertahankan kekuasaan laki-laki atas perempuan, baik melalui kontrol ekonomi, seksual, maupun emosional. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa banyak istri di TikTok mengalami *emotional deprivation* atau kekosongan dukungan emosional (Guio & Van den Bosch, 2020), meskipun mereka memikul tanggung jawab besar dalam menjaga keberlangsungan rumah tangga. Fenomena ini tidak hanya menunjukkan ketimpangan dalam pembagian peran, tetapi juga ketimpangan simbolik yang memengaruhi identitas dan rasa harga diri perempuan. Dalam konteks ini, curahan hati di TikTok dapat dibaca sebagai bentuk resistensi simbolik yang mencoba menegosiasikan ulang makna peran istri di masyarakat.

Konsep *patriarchal bargain* relevan untuk menjelaskan mengapa sebagian perempuan memilih mengekspresikan ketidakpuasan mereka di media sosial daripada secara langsung kepada pasangan. Konsep *patriarchal bargain* menjelaskan bagaimana perempuan seolah melakukan "tawar-menawar" dengan sistem patriarki. Mereka menyesuaikan diri dengan harapan sistem tersebut demi mendapatkan keuntungan, seperti keamanan ekonomi atau status sosial (Cesarano, 2024; Kandiyoti, 2005). Di saat yang sama, mereka menggunakan ruang aman seperti TikTok untuk meluapkan perasaan yang tidak bisa mereka tunjukkan di rumah. Pola ini membantu kita memahami mengapa cara mereka menyuarakan perasaan di TikTok. Mereka lebih memilih menggunakan sindiran atau simbol daripada menantang pasangan atau aturan keluarga secara terang-terangan.

Perspektif *emotional labor* (beban emosional) yang digagas oleh Hochschild (2012) relevan untuk memahami fenomena ketimpangan gender dan beban afektif. Konsep ini merujuk pada upaya pengelolaan emosi untuk menjaga keharmonisan relasi sosial. Dalam struktur keluarga patriarki, *emotional labor* secara tidak proporsional dibebankan kepada istri. Istri tidak hanya dituntut melakukan pekerjaan domestik, tetapi juga menjadi penjaga iklim emosional keluarga—memberikan dukungan, pengertian, dan pengorbanan—tanpa imbalan timbal balik yang setara. Narasi-narasi di TikTok yang menuntut "suami hadir secara emosional" menunjukkan upaya perempuan untuk mendisrupsi normalisasi beban emosional sepihak ini, sekaligus mengartikulasikan kebutuhan afektif sebagai bagian dari hak dalam hubungan pernikahan.

Analisis terhadap komentar netizen mengungkap dinamika yang memperkuat pemikiran Papacharissi (2015), yaitu pembentukan komunitas digital berbasis resonansi emosional. Pengguna TikTok yang menanggapi video dengan komentar "aku juga," "kok sama persis," atau "jangan diam, lawan" membentuk semacam *counterpublic* yang menantang narasi idealisasi rumah tangga harmonis yang sering dipertahankan budaya populer (Fraser, 2014). Namun, pola ini juga mengindikasikan adanya *echo chamber effect*, di mana pengalaman dan

pandangan yang serupa terus dipertegas tanpa banyak paparan terhadap narasi yang berbeda (Sunstein, 2001). Kondisi ini berpotensi memperkuat kesadaran kolektif menjadi lebih kuat. Namun, di sisi lain, hal ini bisa berbahaya karena dapat membuat orang hanya mau berdiskusi dengan yang sepemikiran saja. Jika dialog antara sudut pandang yang berbeda terhambat, maka akan sulit untuk menciptakan perubahan nyata dan mendasar pada hubungan gender.

Dari perspektif sosiologi keluarga, Giddens (2013) melalui konsep *the pure relationship* menekankan pentingnya kehadiran emosional dan pengakuan timbal balik dalam mempertahankan relasi jangka panjang. Namun, temuan penelitian menunjukkan adanya ketidakseimbangan yang signifikan antara ekspektasi emosional perempuan dan perilaku pasangan dalam konteks rumah tangga Indonesia. Penggunaan TikTok sebagai media penyampaian keluhan memperlihatkan adanya mediated intimacy, di mana hubungan emosional dan negosiasi peran domestik dimediasi oleh teknologi digital (Baym, 2015b). Menariknya, beberapa komentar menyarankan tindakan praktis seperti konseling atau pembagian kerja rumah tangga yang lebih setara, menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya berfungsi sebagai katarsis, tetapi juga sebagai informal *problem-solving space* (Dobson et al., 2018).

Proses pembingkaian isu dalam video TikTok memperlihatkan adanya *cultural negotiation* (Hall et al., 2024), di mana makna "istri" dan "suami" tidak lagi sekadar didefinisikan oleh norma tradisional, tetapi dinegosiasikan ulang melalui representasi visual, narasi pribadi, dan interaksi publik. Unggahan yang menonjolkan kelelahan emosional, permintaan apresiasi, atau penegasan hak personal menjadi bentuk symbolic resistance terhadap konstruksi keluarga patriarki (Bekkaye, 2022). Namun, resistensi ini bersifat fragmentaris dan sangat tergantung pada logika algoritmik TikTok, yang memprioritaskan konten dengan potensi viralitas tinggi (Gillespie, 2018). Wacana advokasi emosional di TikTok berpotensi besar menyebar, tetapi juga rentan terjebak dalam pola platform capitalism, di mana narasi perjuangan nilai tetap tunduk pada logika komersialisasi perhatian (Fuchs, 2021).

Sifat advokasi di TikTok sebagian besar bersifat simbolik dan temporer, Nikunen (2018) menjelaskan bahwa *affective activism* di media sosial sering kali berakhir pada siklus ekspresi emosional yang intens tetapi tidak diikuti dengan tindakan struktural yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, solidaritas digital yang terbentuk melalui komentar dan pembagian ulang video berperan penting dalam membentuk kesadaran kolektif, namun belum tentu menghasilkan transformasi nyata di level kebijakan atau praktik rumah tangga sehari-hari (Cho, 2019).

Fenomena yang terungkap melalui analisis video TikTok ini menunjukkan bahwa advokasi emosional di ruang digital merupakan medan sosial yang kompleks, di mana praktik resistensi terhadap ketimpangan gender berinteraksi dengan struktur budaya, teknologi, dan ekonomi platform. Dinamika yang tercipta bukan hanya sekadar pertukaran emosi, melainkan juga proses produksi pengetahuan kolektif yang menantang normalisasi beban domestik dan emosional sepihak. Namun, karena sifatnya yang sangat dipengaruhi algoritma dan logika komersialisasi media sosial, advokasi ini masih berada dalam tarik-menarik antara potensi emansipasi dan risiko kooptasi. Pemahaman mendalam terhadap fenomena ini penting tidak hanya bagi kajian akademik tentang gender dan media digital, tetapi juga bagi perumusan strategi intervensi sosial yang dapat menjembatani narasi online dengan transformasi nyata di ruang domestik.

Kesimpulan dan Saran

TikTok telah berkembang menjadi ruang advokasi emosional yang signifikan bagi perempuan untuk mengartikulasikan pengalaman ketimpangan gender dalam

rumah tangga. Melalui narasi personal, simbol visual, dan interaksi komentar, platform ini memungkinkan terbentuknya komunitas digital yang berfungsi sebagai counterpublic terhadap narasi patriarkis yang masih kuat di ranah domestik. Temuan ini mendukung teori tentang *domestic mode of production*, konsep *second shift,* serta kerangka *emotional labor*, yang semuanya menyoroti ketimpangan pembagian kerja fisik dan emosional dalam rumah tangga.

Ketimpangan gender yang teridentifikasi dalam video-video tersebut tidak hanya bersifat praktis—seperti beban domestik dan pengasuhan anak yang timpang—tetapi juga simbolik, memengaruhi identitas dan harga diri perempuan. Ekspresi di TikTok dapat dipahami sebagai bentuk *patriarchal bargain* dan *symbolic resistance* yang memanfaatkan logika media sosial untuk membangun solidaritas kolektif. Namun, sifat advokasi di TikTok cenderung temporer dan rentan terhadap kooptasi oleh logika *platform capitalism*, sehingga tantangan utama adalah menjembatani narasi digital ini dengan aksi sosial nyata. TikTok memiliki potensi ganda, di satu sisi menjadi media pemberdayaan dan pembentukan kesadaran gender, namun di sisi lain berisiko terjebak dalam siklus ekspresi emosional yang tidak berkelanjutan jika tidak dihubungkan dengan gerakan sosial yang lebih luas dan strategi perubahan struktural.

Referensi

Abidin, C. (2021). Mapping internet celebrity on TikTok: Exploring attention economies and visibility labours. *Cultural Science Journal*, *12*(1), 77–104.

Baym, N. K. (2015a). *Personal connections in the digital age*. John Wiley & Sons.

Baym, N. K. (2015b). *Personal connections in the digital age*. John Wiley & Sons.

Bekkaye, M. (2022). Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. *Omran*, *11*(41), 175–183.

Brown, R. (2025). *Is Sharing Always Caring: Critical Discourse Analysis on the Parasociality of Family Influencing Content on TikTok*.

Cesarano, F. (2024). *Patriarchal Bargains and Responsibility for Structural Injustice*.

Cho, Y. (2019). Sarah Banet-Weiser, Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny. *International Journal of Communication*, *13*, 3.

Daenara, A., & Bisma, R. (2023). Array: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Monetisasi di Tiktok: Studi Kasus Pengguna Tiktok di Indonesia. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, *4*(2), 181–191.

Dobson, A. S., Carah, N., & Robards, B. (2018). Digital intimate publics and social media: Towards theorising public lives on private platforms. In *Digital intimate publics and social media* (pp. 3–27). Springer.

Ehrlich, R. (1984). *The managed heart: Commercialization of human feeling*.

Fraser, N. (2014). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy1. In *Between borders* (pp. 74–98). Routledge.

Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction*.

Giddens, A. (2013). *The transformation of intimacy: Sexuality, love and eroticism in modern societies*. John Wiley & Sons.

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.

Guio, A.-C., & Van den Bosch, K. (2020). Deprivation of women and men living in a couple: Sharing or unequal division? *Review of Income and Wealth*, *66*(4), 958–984.

Hall, S., Evans, J., & Nixon, S. (2024). *Representation: Cultural representations and signifying practices*.

Iqbal, M. (2020). *Psikologi pernikahan: Menyelami rahasia pernikahan*. Gema Insani.

Jacobsen, M. H., & Petersen, A. (2017). Arlie R. Hochschild: –Interactions, Emotions and Commercialized Intimacy. In *The Interactionist Imagination: Studying Meaning, Situation and Micro-Social Order* (pp. 375–407). Springer.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. In *Spreadable media*. New York University Press.

Kanai, A., & Gill, R. (2020). Woke? Affect, neoliberalism, marginalised identities and consumer culture. *New Formations*, *102*(102), 10–27.

Kandiyoti, D. (2005). Rethinking bargaining with patriarchy. *Feminist Vision of Development: Gender, Analysis and Policy*, 135–154.

Khang, H., & Sari, W. P. (2025). Analisis Regresi Iklan Media Sosial TikTok pada Perilaku Konsumen Produk Kosmetik di Indonesia. *Prologia*, *9*(1), 111–120.

Mahetaji, K. (2022). *The platformization of TikTok: Examining TikTok's boundary resources*.

Maragh-Lloyd, R. (2020). # HashtagActivism: Networks of Race and Gender Justice. *Communication Research Trends*, *39*(3), 38–40.

Millett, K. (2016). *Sexual politics*. Columbia University Press.

Nikunen, K. (2018). From irony to solidarity: Affective practice and social media activism. *Studies of Transition States and Societies*, *10*(2), 10–21.

Oakley, A. (2018). *The sociology of housework*. Policy Press.

Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.

Russell Hochschild, A. (2012). *The managed heart: Commercialization of human feeling*.

Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran media sosial TikTok sebagai platform untuk pengembangan bisnis di era digital. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 143–149.

Sunstein, C. R. (2001). *Echo chambers: Bush v. Gore, impeachment, and beyond*. Princeton University Press Princeton, NJ.

Wahyudi, R., & Nugroho, H. (2022). Mengaburnya ruang publik dan ruang privat dalam praktik konsumsi media baru. *Jurnal Komunikasi*, *16*(2), 101–112.

Walby, S. (2011). *The future of feminism*. Polity.