

Representasi Figur Suami Ideal di TikTok: Kasus Na Daehoon

Maulia Wahyuniar¹, Lukman Hakim²

^{1,2}Universitas Ahmad Dahlan

¹2200030005@webmail.uad.ac.id, ²lukman.hakim@comm.uad.ac.id

ABSTRAK

TikTok telah menjadi ruang strategis dalam pembentukan dan negosiasi makna sosial terkait peran gender dan relasi domestik. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana publik melakukan penafsiran ulang terhadap representasi figur "suami ideal" dalam kasus kontroversi viral yang melibatkan Na Daehoon di TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi kualitatif. Data penelitian meliputi dua video dari akun @NaDaehoon, satu video reaksi netizen, serta komentar publik yang dipilih secara purposif pada periode Juli-November 2025. Analisis didasarkan pada teori representasi Stuart Hall dan konsep caring masculinity untuk menelaah proses produksi dan negosiasi makna di ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa legitimasi figur "suami ideal" dibangun melalui tiga mekanisme utama: keterlibatan visual dalam pengasuhan domestik, pembingkai naratif tentang kehadiran emosional dan konsistensi peran ayah, serta praktik negotiated reading audiens berbasis pengalaman domestik personal. Di tengah kontroversi, publik berperan aktif dalam melakukan representasi kolektif yang mempertahankan citra maskulinitas afektif dengan memprioritaskan tanggung jawab pengasuhan dibandingkan isu moral personal. Temuan ini menegaskan bahwa audiens tidak bersifat pasif, melainkan berfungsi sebagai agen kunci dalam stabilisasi makna maskulinitas di budaya partisipatif digital.

Kata Kunci: representasi gender; suami ideal; TikTok; pembacaan negosiasi; maskulinitas pengasuhan

ABSTRACT

TikTok has emerged as a significant platform for constructing and negotiating social meanings related to gender roles and domestic relations. This study aims to examine how audiences engage in reframing the representation of the "ideal husband" figure in a viral controversy involving Na Daehoon on TikTok. Employing a qualitative descriptive approach, this research utilizes qualitative content analysis. The data consist of two videos from the @NaDaehoon account, one netizen reaction video, and purposively selected public comments collected between July and November 2025. The analysis is grounded in Stuart Hall's theory of representation and the concept of caring masculinity to explore meaning production and negotiation in digital spaces.

The findings reveal that the legitimacy of the "ideal husband" figure is constructed through three dominant mechanisms: visual representations of domestic caregiving, narrative framing emphasizing emotional presence and consistency in fatherhood roles, and audience negotiated readings rooted in personal domestic experiences. Amid controversy, audiences actively participate in a process of collective representasi that sustains affective masculinity by prioritizing caregiving responsibility over personal moral allegations. These findings highlight the active role of audiences as key agents in stabilizing and negotiating masculine ideals within participatory digital culture.

Keywords: gender representation; ideal husband; TikTok; negotiated reading; caring masculinity

A. PENDAHULUAN

Media sosial telah berkembang menjadi ruang strategis dalam pembentukan, negosiasi, dan penyebaran makna sosial, khususnya terkait identitas dan peran gender serta relasi domestik (Castells, 2013). Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai arena representasi sosial yang menormalisasi nilai-nilai kultural melalui praktik visual dan naratif keseharian (Cedrún & Civila, 2024). Dalam konteks ini, media sosial berperan dalam membingkai bagaimana peran gender dipahami dan dinegosiasikan oleh publik, sekaligus membentuk konstruksi sosial mengenai identitas dan relasi personal (Duffy & Hund, 2019).

TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, memiliki karakter visual, naratif, dan partisipatif yang kuat, sehingga memungkinkan pengguna memproduksi dan mengonsumsi representasi sosial secara cepat dan luas (Pritchard, 2024). Kekuatan karakteristik tersebut turut mendorong tingginya adopsi dan intensitas penggunaan platform ini di berbagai negara, termasuk Indonesia. Laporan Digital 2025 dari DataReportal menunjukkan bahwa TikTok menjangkau sekitar 108

juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia, sehingga menempatkannya sebagai salah satu media sosial dengan tingkat akses dan keterlibatan yang sangat tinggi dalam ekosistem digital kontemporer (Kemps, n.d.).

Sistem rekomendasi berbasis algoritma pada TikTok melalui fitur *For You Page* memungkinkan konten dengan interaksi tinggi untuk menjangkau audiens secara luas. Mekanisme ini membuat narasi domestik yang personal dapat tersebar dengan cepat. Format video pendek yang menekankan ekspresi visual dan aktivitas keseharian juga membentuk representasi yang intim dan autentik. Kondisi tersebut menjadikan TikTok ruang strategis dalam pembentukan citra figur publik melalui narasi keluarga (Tran et al., 2025). Representasi yang muncul tidak hanya mencerminkan pengalaman individu kreator, tetapi juga membentuk wacana kolektif mengenai peran gender dan relasi keluarga (Gauntlett, 2008).

Fenomena yang menonjol di TikTok adalah representasi figur laki-laki dalam ranah domestik. Representasi figur ayah dalam konten keluarga di platform digital, khususnya TikTok,

sudah mengalami pergeseran dari peran tradisional sebagai pencari nafkah semata menjadi sosok yang aktif secara emosional dan fungsional dalam kehidupan keluarga. Dalam analisis konten TikTok aktivitas seperti pengasuhan anak, perhatian emosional, serta keterlibatan sehari-hari ayah terhadap anak ditampilkan secara eksplisit dalam video-video yang dianalisis, dan ditafsirkan oleh audiens sebagai bentuk partisipasi ayah yang lebih luas daripada peran ekonomi konvensional (Rahman Zaidan et al., 2025).

Selain representasi tersebut, penelitian lain yang menelaah komentar publik terhadap konten fatherhood di TikTok menunjukkan bahwa audiens memberi respons yang memperlihatkan pemaknaan terhadap keterlibatan ayah dalam pengasuhan. Studi terdahulu menemukan bahwa berbagai komentar pada konten yang mereka amati cenderung memberikan apresiasi terhadap peran ayah dalam kehidupan keluarga, yang menunjukkan adanya perhatian publik terhadap aspek emosional dan keterlibatan aktif ayah dalam konteks pengasuhan digital (Izzati Qur & Dwi Putra, 2024). Respons tersebut menunjukkan bahwa

keterlibatan domestik dan kedekatan emosional ayah mulai dipersepsikan sebagai karakteristik figur "suami ideal" dalam konteks keluarga digital kontemporer.

Kasus Na Daehoon, kreator konten keluarga asal Korea Selatan, menjadi contoh nyata dari dinamika tersebut. Sebelum kontroversi viral terkait isu pribadi, konten-konten yang diunggah secara konsisten menampilkan keterlibatan aktif dalam kehidupan domestik dan pengasuhan anak. Ketika isu dugaan perselingkuhan yang melibatkan Jule menjadi viral di TikTok, berbagai komentar dan video reaksi bermunculan di kolom komentar maupun unggahan ulang. Situasi ini menunjukkan bahwa representasi figur "suami ideal" menjadi bahan perbincangan dan perdebatan publik di ruang digital (Juditha & Darmawan, 2022). Fitur interaktif TikTok seperti komentar, duet, dan stitch memungkinkan audiens berperan sebagai aktor aktif dalam produksi dan sirkulasi makna sosial (Fan & An, 2024). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa interaksi dalam media sosial merupakan aspek penting dalam hubungan komunikasi daring yang dipengaruhi oleh motivasi pengguna

serta hambatan dalam berinteraksi di platform digital (Bate, 2025).

Pembentukan citra figur publik tidak sepenuhnya ditentukan oleh kreator konten, tetapi juga dipengaruhi praktik interpretasi dan respons audiens. Fenomena ini menegaskan bahwa legitimasi makna maskulinitas di ruang digital bersifat dinamis dan terbuka terhadap proses representasi kolektif oleh publik.

Meski kajian mengenai representasi maskulinitas dan pencitraan figur publik di media sosial telah berkembang, sebagian besar penelitian masih berfokus pada performativitas kreator dan konstruksi identitas gender (Schellewald, 2023). Dalam konteks ini, figur Na Daehoon menjadi relevan untuk dikaji karena kontennya secara konsisten menampilkan maskulinitas domestik melalui keterlibatan aktif dalam pengasuhan, ekspresi afeksi, serta representasi keseharian keluarga.

Representasi tersebut diproduksi secara berulang dan memperoleh legitimasi melalui respons afirmatif audiens, sehingga membentuk citra "suami ideal" yang tampak stabil dalam ruang digital. Secara lebih luas, dalam wacana media sosial kontemporer,

framing mengenai "suami ideal" cenderung mengarah pada figur laki-laki yang tidak hanya berperan sebagai pencari nafkah, tetapi juga terlibat dalam kerja domestik dan menunjukkan afeksi secara terbuka. Model ini merepresentasikan apa yang kerap disebut sebagai maskulinitas afektif yakni konfigurasi identitas laki-laki yang memadukan tanggung jawab keluarga dengan ekspresi emosional.

Melalui sirkulasi algoritmik dan partisipasi audiens, framing tersebut dapat mengalami proses naturalisasi hingga dianggap sebagai representasi normatif maskulinitas keluarga modern. Stabilitas citra tersebut mulai dipertanyakan ketika muncul dugaan perselingkuhan yang melibatkan pasangannya dan menjadi perbincangan luas di TikTok. Peristiwa ini menciptakan ketegangan antara persona domestik yang telah dikonstruksi dan realitas yang dipersepsikan publik. Dalam situasi krisis reputasi seperti ini, audiens tidak lagi sekadar mengafirmasi citra yang ada, tetapi terlibat dalam proses interpretatif mempertahankan framing sebelumnya, menolaknya, atau merumuskan ulang makna "suami ideal" yang telah terlanjur terinstitusionalisasi.

Di titik inilah proses representasi menjadi signifikan.

Representasi menunjukkan bahwa makna yang sebelumnya tampak stabil sesungguhnya bersifat kontingen dan bergantung pada artikulasi sosial yang terus berlangsung. Namun, penelitian mengenai bagaimana audiens merepresentasi maskulinitas domestik figur publik di tengah kontroversi masih sangat terbatas. Sebagian besar studi berhenti pada analisis produksi citra oleh kreator, tanpa mengkaji secara mendalam dinamika negosiasi makna oleh audiens dalam situasi krisis reputasi.

Dengan menyoroti mekanisme *negotiated reading* dalam budaya partisipatif artikel ini menempatkan audiens sebagai agen aktif dalam distabilisasi dan reartikulasi maskulinitas digital. Penelitian ini, dengan demikian, berkontribusi pada perluasan kajian representasi dengan menunjukkan bahwa "suami ideal" bukanlah konstruksi yang final, melainkan hasil negosiasi kolektif yang dapat berubah ketika legitimasi moral figur publik dipersoalkan (Jenkins, 2009).

B. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka memuat penjelasan teori dan konsep-konsep komunikasi yang relevan dengan tema penelitian. Bagian ini disusun untuk menunjukkan keterkaitan antara kata kunci, konsep utama, serta pengembangan kajian yang berhubungan dengan masalah dan pertanyaan penelitian. Uraian dalam bagian ini didasarkan pada rujukan buku, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian mutakhir yang relevan dengan konteks media sosial dan representasi gender.

Teori representasi Stuart Hall memandang representasi sebagai proses produksi makna melalui bahasa, tanda, dan simbol yang membentuk cara individu memahami realitas sosial (Hall, 1997). Representasi tidak bersifat netral, melainkan terkait dengan konteks budaya dan relasi kuasa yang bekerja dalam praktik komunikasi (Arin Mantara Anggawirya et al., 2025). Dalam media, representasi tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi turut membentuk dan menegosiasikan makna sosial yang berkembang di masyarakat (Padilah & Juliana Kurniawati, 2025).

Dalam konteks media sosial, proses representasi menjadi semakin dinamis karena audiens tidak lagi berperan sebagai penerima pesan pasif

(Srikandi et al., 2023). Pengguna media sosial terlibat secara aktif dalam memproduksi, menafsirkan, dan mendistribusikan makna melalui berbagai bentuk interaksi digital. Pada platform seperti TikTok, representasi dibangun melalui kombinasi elemen visual, naratif, audio, serta respons audiens yang membentuk pemaknaan kolektif terhadap suatu figur atau peristiwa (Padilah & Kurniawati, 2025). Studi mengenai tren populer di TikTok juga menunjukkan bagaimana audiens menafsirkan tren identitas gender dan ekspresi diri secara aktif (Nazhifaaqila, 2025).

Representasi figur laki-laki di media sosial juga berkaitan dengan konstruksi maskulinitas. Connell dan Messerschmidt (2005) menjelaskan bahwa maskulinitas bersifat plural dan kontekstual, serta dapat berubah mengikuti dinamika sosial dan budaya. Dalam ruang digital, representasi laki-laki tidak lagi terbatas pada maskulinitas hegemonik, tetapi juga menampilkan bentuk maskulinitas yang lebih relasional, afektif, dan terlibat dalam ranah domestik (Tanner & Gillardin, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa meskipun maskulinitas konvensional masih dominan di TikTok, platform ini

juga membuka ruang bagi representasi alternatif yang menantang norma gender tradisional (Dhoest, 2025).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai medium representasi sosial yang membentuk pemaknaan terhadap identitas dan nilai budaya tertentu. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa representasi dalam konten TikTok dapat membangun konstruksi makna mengenai identitas dan nilai sosial melalui visual, narasi, serta performa kreator dalam ruang digital (Fatmawati & Nur, 2023). Temuan tersebut menegaskan bahwa media sosial, khususnya TikTok, menjadi ruang penting dalam proses produksi dan sirkulasi makna sosial di masyarakat digital.

Dalam proses tersebut, audiens juga berperan penting dalam menafsirkan dan mereproduksi makna yang beredar di ruang digital. Jones et al. (2025) menekankan bahwa budaya partisipatif memungkinkan audiens berperan sebagai ko-produser makna dalam pembentukan identitas influencer. Interaksi seperti komentar, dukungan, dan kritik menjadi bagian dari proses konstruksi identitas digital. Sementara

itu, Starovolsky (2025) menunjukkan bahwa nilai-nilai sosial seperti empati dan kepedulian dapat direpresentasikan melalui multimodalitas yang mencakup elemen visual, naratif, dan interaksi audiens.

Meskipun demikian, kajian yang secara khusus menelaah bagaimana publik melakukan penafsiran ulang terhadap representasi figur laki-laki ideal dalam konteks kasus viral di TikTok masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada strategi pencitraan kreator atau persepsi audiens secara umum, sehingga peran publik dalam proses representasi belum banyak dibahas secara mendalam.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini memandang representasi figur "suami ideal" di TikTok sebagai hasil dari proses produksi dan negosiasi makna yang melibatkan kreator konten dan publik. Teori representasi Stuart Hall digunakan untuk memahami bagaimana makna mengenai maskulinitas, peran domestik, dan relasi rumah tangga diproduksi melalui simbol dan praktik komunikasi digital.

Dalam konteks kasus Na Daehoon pasca kontroversi viral, representasi figur "suami ideal" dipahami sebagai hasil

interaksi antara konten yang diproduksi kreator dan respons partisipatif publik. Kerangka konseptual penelitian ini menekankan tiga dimensi utama, yaitu dimensi visual yang berkaitan dengan tampilan dan aktivitas domestik, dimensi naratif yang mencakup pembungkahan makna melalui wacana digital, serta dimensi partisipatif yang menyoroti peran publik dalam menegosiasikan dan mereproduksi makna melalui interaksi di TikTok.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami proses representasi figur "suami ideal" yang dibentuk melalui konten video dan praktik partisipatif publik di TikTok pada kasus Na Daehoon. Pendekatan ini dipilih karena berorientasi pada pemaknaan dan negosiasi makna dalam komunikasi digital, sejalan dengan teori representasi Stuart Hall yang memandang media sebagai ruang produksi dan pembacaan makna sosial (Hall, 1997). Metode analisis yang digunakan adalah analisis isi kualitatif, yang bertujuan mengidentifikasi pola representasi, praktik simbolik, dan struktur makna

dalam konten multimodal TikTok (Krippendorff, 2019).

Objek penelitian dalam studi ini meliputi konten TikTok yang merepresentasikan figur Na Daehoon dalam konstruksi citra "suami ideal", khususnya melalui visualisasi keterlibatan domestik, ekspresi afeksi, serta representasi keseharian keluarga. Selain konten yang diproduksi kreator, penelitian ini juga menganalisis respons publik berupa komentar dan video reaksi sebagai manifestasi budaya partisipatif di media sosial.

Data penelitian terdiri atas dua video dari akun @NaDaehoon, satu video reaksi netizen di akun @nananatriona, serta sejumlah komentar publik di antaranya nama akun tersebut @hani, @shey, dan @may yang dipilih secara purposif karena merefleksikan proses representasi dan negotiated reading terhadap citra "suami ideal" yang dilekatkan pada figur tersebut. Pengumpulan data dibatasi pada periode Juli-November 2025 guna menjaga konsistensi konteks representasi serta intensitas wacana publik yang berkembang (Kozinets, 2019).

Sumber data primer mencakup video, caption, komentar yang relevan

dengan fokus penelitian. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi digital dengan pencatatan sistematis dan audit trail guna menjamin keterlacakan proses penelitian (Schellewald, 2023). Aspek etika penelitian dijaga dengan tidak menampilkan identitas personal pengguna serta memparafrase komentar yang mengandung bahasa kasar, ofensif, atau sensitif, sesuai dengan prinsip etika penelitian media sosial (Anjarini & Ningsih, 2024).

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2018). Reduksi data dilakukan melalui pengodean terhadap dimensi visual, naratif, dan partisipatif untuk mengidentifikasi representasi maskulinitas afektif dan *caring masculinity* dalam ruang domestik. Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan pemeriksaan audit trail untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan (Creswell, 2018).

D. TEMUAN

Temuan penelitian disajikan berdasarkan pada teori representasi Stuart Hall (Hall, 1997), yang menekankan bahwa representasi

mencakup aspek citra, narasi, dan interaksi publik. Di antaranya dimensi visual menyoroti citra dan gestur kreator, dimensi naratif membahas cara cerita dan teks membingkai peran gender, sedangkan dimensi partisipatif menekankan peran audiens melalui komentar, duet, dan video reaksi. Penyajian temuan mengikuti ketiga dimensi ini agar sesuai dengan rumusan masalah dan memudahkan analisis mekanisme konstruksi makna figur "suami ideal".

1. Representasi Visual: Keterlibatan Domestik sebagai Penanda Maskulinitas Afektif



Gambar 1. Seorang ayah menyiapkan sarapan (Sumber: Akun TikTok Daehoon)

Analisis konten TikTok Na Daehoon menunjukkan bahwa figur ayah secara konsisten terlibat aktif dalam pengasuhan dan aktivitas domestik

sehari-hari, membentuk citra maskulinitas afektif yang menekankan kehadiran dan tanggung jawab. Ia berperan sebagai aktor utama dalam rutinitas rumah tangga, bukan sekadar pengamat pasif.

Dalam Video 1 (TikTok @NaDaehoon, 15 Juli 2025), ayah membangunkan anak, menyiapkan sarapan, mendampingi aktivitas di rumah, dan mengantar anak ke sekolah. Pengambilan gambar menempatkan ayah dan anak dalam jarak fisik dekat, memperlihatkan interaksi langsung seperti menggendong, menggandeng tangan, dan membantu anak bersiap. Ekspresi wajah dan gestur tubuh menunjukkan keterlibatan emosional yang konsisten.

Pola montage keseharian menekankan kehadiran aktif ayah dalam semua aspek rutinitas domestik, dan pengulangan aktivitas mulai dari interaksi fisik hingga keterlibatan dalam tugas teknis menegaskan konsistensi representasi visual. Temuan ini menunjukkan bahwa ayah hadir tidak hanya secara fisik tetapi juga afektif, membentuk persepsi publik tentang figur "suami ideal" yang responsif, penuh perhatian, dan bertanggung jawab dalam kehidupan keluarga sehari-hari.

Figur laki-laki tidak direpresentasikan sebagai pengamat pasif atau sekadar pendukung, melainkan sebagai aktor utama dalam kerja domestik. Visual ini membentuk citra maskulinitas yang berorientasi pada afeksi dan tanggung jawab pengasuhan.

2. Representasi Naratif: Konsistensi Peran Ayah dan Kehadiran Emosional

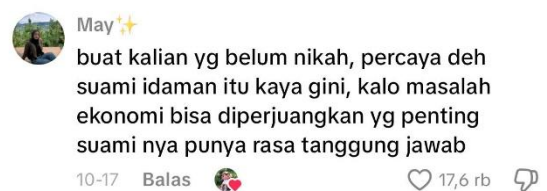
Analisis konten TikTok Na Daehoon menunjukkan bahwa representasi figur suami dibangun melalui alur keseharian tanpa dialog verbal, menekankan ritme domestik dan kehadiran emosional. Narasi menyoroti nilai kesederhanaan, kebahagiaan keluarga, dan tanggung jawab pengasuhan.



Gambar 2. Kehangatan seorang ayah dan anaknya (Sumber: Akun TikTok Daehoon)

Dalam Video 2 (TikTok @NaDaehoon, 21 Agustus 2025), urutan aktivitas pagi hari bersama anak-anak meliputi bermain di tempat tidur, menggendong anak, menyiapkan sarapan, dan mengantar anak ke sekolah. Struktur naratif diperkuat oleh teks overlay, "walaupun pagi aku tidak aesthetic tapi hectic dan chaotic tapi aku bahagia sama keluarga kecilku yang sederhana ini", serta caption "Simple", yang menandai pengalaman keseharian padat tanpa penonjolan estetika visual. Musik latar dengan tempo stabil dan nuansa sentimental mendukung ritme naratif, menunjukkan keseharian yang berkesinambungan dari awal hingga akhir rutinitas pagi.

Kombinasi visual, teks, dan musik membingkai figur ayah sebagai sosok yang hadir secara konsisten,



bertanggung jawab, dan afektif dalam pengasuhan, memperkuat persepsi publik mengenai figur "suami ideal" yang stabil, penuh perhatian, dan bertanggung jawab dalam kehidupan keluarga sehari-hari.

3. Representasi Partisipatif: Representasi Kolektif oleh Audiens

Analisis konten TikTok menunjukkan bahwa audiens secara aktif terlibat dalam menafsirkan dan mereproduksi makna figur "suami ideal" melalui komentar dan video reaksi. Respons publik mengaitkan representasi visual dan naratif dengan pengalaman domestik personal, khususnya relasi dengan figur ayah dalam kehidupan sehari-hari, dan membandingkannya dengan realitas keluarga mereka sendiri. Beberapa video reaksi dari akun lain mengompilasi ulang potongan visual pengasuhan Na Daehoon dan menambahkan teks seperti "POV lelaki idaman wanita".

Video reaksi ini mereproduksi visual dari konten utama sekaligus menambahkan narasi yang menempatkan figur ayah dalam kerangka idealitas laki-laki dalam konteks keluarga (Video Reaksi TikTok, Oktober 2025).

Selain video, komentar publik memperlihatkan keterlibatan ini secara eksplisit:

Gambar 3. Reaksi netizen (Sumber: Akun TikTok Nananatriona)

Komentar tersebut menunjukkan bahwa audiens melakukan proses

decoding yang selaras dengan kerangka representasi yang dibangun dalam video. Namun, komentar ini tidak dijadikan sebagai pusat analisis, melainkan sebagai data pendukung yang mengonfirmasi bahwa representasi pengasuhan yang ditampilkan diterjemahkan ke dalam evaluasi moral mengenai figur suami ideal.

Temuan ini menunjukkan praktik representasi kolektif, di mana audiens mempertahankan legitimasi figur "suami ideal" dengan menekankan konsistensi peran pengasuhan dan kehadiran emosional, meskipun muncul isu moral atau kontroversi yang muncul.

E. BAHASAN

Pembahasan ini mengintegrasikan temuan empiris pada Bab 4 dengan kerangka teori representasi Stuart Hall yang memandang media sebagai ruang produksi dan pembacaan makna sosial. Analisis juga merujuk pada penelitian mengenai maskulinitas digital di TikTok (Cedrún & Civila, 2024). Selain itu, pembahasan didukung oleh kajian tentang pergeseran representasi laki-laki di media pendek (Dhoest, 2025). Pemahaman mengenai dinamika wacana keluarga dan relasi gender turut

diperluas melalui studi representasi domestikitas digital.

Perspektif publik terhadap figur laki-laki di TikTok dipertegas melalui temuan tentang pemaknaan maskulinitas oleh perempuan Gen Z (Pithaloka et al., 2023). Proses partisipasi dan negosiasi makna dalam komentar publik dijelaskan melalui penelitian mengenai budaya partisipatif di TikTok (Fitriyani et al., 2025). Sementara itu, aspek multimodalitas platform diperkaya dengan kajian literasi digital dan produksi makna berbasis mode visual-audio (Lacasa et al., 2025).

1. Maskulinitas Afektif sebagai Produk Representasi dan Negosiasi

Maskulinitas afektif dalam representasi figur "suami ideal" di TikTok tidak hanya dibentuk melalui praktik representasional kreator, tetapi juga melalui proses negosiasi makna yang melibatkan audiens. Mengacu pada teori representasi Stuart Hall, makna tidak bersifat tetap, melainkan dikonstruksi melalui hubungan antara proses *encoding* pesan visual-naratif oleh kreator dan proses *decoding* oleh audiens yang bersifat aktif serta kontekstual (Hall, 1997).

Dalam konteks ini, caring masculinity tidak hanya hadir sebagai

citra yang ditampilkan, tetapi sebagai kerangka interpretatif yang diperkuat melalui pembacaan publik terhadap konten yang beredar.



Gambar 4. Seorang ayah menyiapkan sarapan (Sumber: Akun TikTok Daehoon)

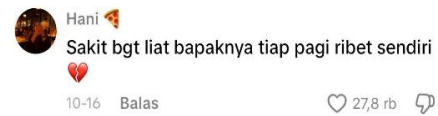
Representasi visual yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan konstruksi keintiman domestik melalui aktivitas pengasuhan sehari-hari melalui rangkaian adegan seperti membangunkan anak dengan sentuhan lembut, menyiapkan sarapan, hingga mengantar anak ke sekolah. Adegan-adegan tersebut tidak sekadar berfungsi sebagai dokumentasi aktivitas rumah tangga, melainkan sebagai tanda visual yang mengodekan nilai kehangatan, kepedulian, dan stabilitas emosional dalam keluarga. Sesuai dengan pendekatan Hall (1997), visual tersebut menjadi bentuk *encoding* yang

memuat makna ideologis tentang keterlibatan emosional ayah dalam praktik pengasuhan.

Dalam kajian maskulinitas kontemporer, representasi semacam ini dikategorikan sebagai *caring masculinity*, yaitu bentuk maskulinitas yang menekankan kedekatan emosional, kerja perawatan, dan tanggung jawab domestik sebagai bagian integral dari identitas laki-laki (Elliott, 2016). Bentuk keterlibatan emosional ayah dalam praktik pengasuhan yang menunjukkan bahwa maskulinitas afektif semakin diposisikan sebagai kualitas positif dalam konstruksi identitas laki-laki kontemporer (Hastuti, 2024).

Dengan menampilkan praktik pengasuhan secara berulang dan estetis, TikTok sebagai platform visual berbasis narasi keseharian memungkinkan identitas tersebut dibaca sebagai performa yang intim dan autentik oleh audiens (Abidin, 2016). Dengan demikian, maskulinitas afektif tidak lagi diposisikan sebagai penyimpangan dari norma gender tradisional, melainkan

sebagai model maskulinitas alternatif yang legitim.



Gambar 5. Komentar Netizen (Sumber: Akun TikTok Daehoon)

Namun, makna yang dihasilkan tidak berhenti pada proses representasi visual semata. Audiens turut berperan aktif dalam menafsirkan dan menegosiasikan makna melalui komentar dan respons mereka. Sejumlah penonton menunjukkan bentuk *negotiated reading*, yaitu menafsirkan ulang representasi Daehoon sebagai bukti bahwa ia tetap merupakan sosok ayah yang bertanggung jawab dan pekerja keras, meskipun terdapat isu negatif yang berkembang di ruang publik. Proses ini menunjukkan bahwa audiens tidak sepenuhnya menerima atau menolak pesan media, melainkan mengolahnya berdasarkan pengalaman sosial, nilai personal, dan posisi emosional mereka (Srikandi et al., 2023).

Dalam konteks ini, respons audiens berfungsi sebagai mekanisme *representasi* yang mempertahankan citra figur laki-laki sebagai "suami ideal" melalui penekanan pada aspek afeksi dan tanggung jawab domestik. Sebagaimana dikemukakan Livingstone

(2013), audiens media digital memiliki kapasitas untuk memproduksi makna tandingan yang dapat memperkuat, memodifikasi, atau bahkan menantang makna dominan yang ditawarkan oleh teks media.

Dengan demikian, representasi maskulinitas afektif di TikTok merupakan hasil dari proses interaktif antara produksi makna oleh kreator dan negosiasi interpretatif oleh audiens. Figur Daehoon tidak hanya dikonstruksikan sebagai ayah dan suami ideal melalui strategi visual kreator, tetapi juga melalui praktik pembacaan publik yang terus-menerus membentuk, mempertahankan, dan menegosiasikan makna maskulinitas dalam ruang digital.

2. Audiens sebagai Agen Representasi dalam Budaya Partisipatif Digital

Audiens dalam budaya partisipatif digital tidak lagi dapat diposisikan sebagai penerima pesan yang pasif, melainkan sebagai agen aktif yang terlibat dalam pembentukan dan stabilisasi makna maskulinitas.



Gambar 6. Kehangatan seorang ayah dan anaknya (Sumber: Akun TikTok Daehoon)

Penelitian ini menunjukkan bahwa melalui praktik *negotiated reading*, audiens melakukan evaluasi moral yang selektif terhadap figur publik berdasarkan pengalaman domestik personal dan nilai-nilai yang mereka anut. Dalam konteks kontroversi, audiens tidak sepenuhnya meniadakan isu negatif yang melekat pada figur laki-laki, tetapi mereposisi idealitas maskulinitas dengan menempatkan tanggung jawab pengasuhan dan keterlibatan emosional sebagai parameter utama legitimasi sosial (Hall, 1997).

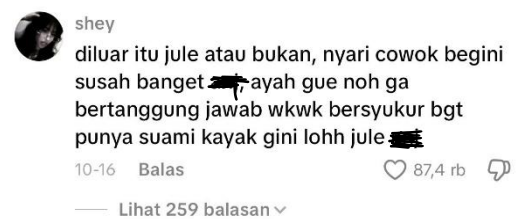
Representasi naratif dalam Video menampilkan konstruksi peran domestik laki-laki melalui rangkaian montage rutinitas pagi Daehoon bersama ketiga anaknya, mulai dari berbaring bersama

anak-anak, menggandeng mereka di tangga, menyiapkan sarapan, hingga mengantar ke sekolah. Narasi dibangun bukan melalui dialog verbal, melainkan melalui storytelling visual yang menekankan ritme aktivitas domestik sehari-hari. Dalam kerangka teori representasi Hall (1997), rangkaian tindakan tersebut berfungsi sebagai tanda yang mengodekan pesan tentang kehadiran, stabilitas, dan kedekatan emosional seorang ayah dalam kehidupan keluarga.

Pada level naratif, teks overlay *"walaupun pagi aku tidak aesthetic tapi hectic dan chaotic tapi aku bahagia sama keluarga kecilku yang sederhana ini"* berfungsi sebagai perangkat framing yang menegaskan bahwa nilai utama yang ditonjolkan bukan estetika visual, melainkan kebermaknaan relasi dan kebersamaan. Caption *"Simple"* memperkuat penekanan pada kesederhanaan dan keaslian, sehingga membangun citra keayahan yang natural, tidak dibuat-buat, dan berakar pada pengalaman domestik sehari-hari.

Representasi ini sejalan dengan konsep *caring masculinity*, yaitu bentuk maskulinitas yang menekankan kedekatan emosional, kehadiran fisik, serta keterlibatan konkret dalam kerja

pengasuhan (Dhoest, 2025). Sebagai medium multimodal, TikTok memungkinkan narasi tersebut diproduksi secara simultan melalui visual, teks, musik, dan ritme editing, termasuk penggunaan lagu *Terbuang dalam Waktu* dari Barasuara yang memperkuat nuansa emosional kedekatan ayah dan anak.



Gambar 7. Komentar Netizen (Sumber: Akun TikTok Daehoon)

Respons publik terhadap narasi tersebut memperlihatkan praktik *negotiated reading*, di mana audiens membaca ulang representasi domestik sebagai bukti konsistensi peran Daehoon sebagai ayah yang hadir, stabil, dan bertanggung jawab. Komentar seperti *"diluar itu jule atau bukan, nyari cowok begini susah banget... ayah gw nggak bertanggung jawab... bersyukur banget punya suami kayak gini"* menunjukkan bahwa audiens menilai figur Daehoon tidak hanya berdasarkan teks media, tetapi juga melalui perbandingan dengan pengalaman relasi ayah dalam kehidupan nyata.

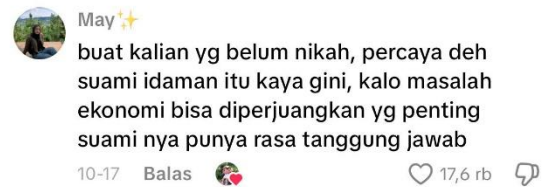
Pengalaman personal ini digunakan sebagai kerangka evaluatif yang menempatkan keterlibatan domestik dan tanggung jawab keluarga sebagai tolok ukur utama idealitas laki-laki, sekaligus sebagai dasar legitimasi sosial figur "suami ideal", meskipun terdapat isu negatif di sekelilingnya.

Dengan demikian, narasi dalam Video tidak hanya membangun representasi laki-laki yang aktif, lembut, dan responsif dalam ruang domestik, tetapi juga menjadi medium representasi kolektif di mana publik menegosiasikan kembali citra Daehoon sebagai figur suami ideal. Sejalan dengan pandangan Hall (1997), representasi bekerja sebagai proses interaktif antara produksi makna oleh kreator dan praktik pembacaan oleh audiens, di mana audiens mengambil posisi aktif dalam menentukan bagaimana suatu figur dipahami dalam konteks budaya digital partisipatif.

3. Representasi Kolektif melalui Video Reaksi Netizen

Proses representasi maskulinitas afektif dalam kasus Na Daehoon tidak hanya berlangsung pada level individu audiens, tetapi berkembang secara kolektif melalui sirkulasi komentar, video reaksi, dan reproduksi visual di TikTok. Praktik partisipatif ini berfungsi sebagai

mekanisme stabilisasi makna, yaitu upaya kolektif untuk mempertahankan citra "suami ideal" di tengah ketegangan wacana negatif yang menyertainya.



Gambar 8. Reaksi netizen (Sumber: Akun TikTok Nananatriona)

Dengan demikian, TikTok beroperasi sebagai ruang budaya partisipatif di mana makna maskulinitas tidak bersifat statis, melainkan terus dinegosiasikan dan distabilkan melalui kerja interpretatif publik (Hall, 1997).



Gambar 9. Video Reaksi Netizen (Sumber: Akun TikTok Nananatriona)

Narasi dalam video reaksi menempatkan figur Daehoon sebagai "lelaki idaman" yang memenuhi sejumlah atribut ideal seperti tanggung jawab keluarga, kedekatan emosional dengan anak, serta keterampilan domestik.

Representasi partisipatif dalam video reaksi akun TikTok @nananatriona menampilkan figur Na Daehoon sebagai sosok ayah yang terlibat aktif dalam praktik pengasuhan domestik. Representasi yang muncul dalam video reaksi mereproduksi citra ayah yang terlibat dalam praktik domestik dan pengasuhan, sehingga memperkuat konstruksi maskulinitas afektif yang telah ditampilkan dalam konten utama. Rangkaian visual ini tidak sekadar merekam aktivitas keseharian, tetapi mereproduksi representasi maskulinitas afektif yang sebelumnya telah dibangun dalam konten utama, sekaligus memperluas jangkauan maknanya melalui format reaksi dan reinterpretasi.

Dalam perspektif teori representasi Stuart Hall (1997), visual tersebut dapat dipahami sebagai proses *encoding* ulang terhadap nilai-nilai tertentu tentang maskulinitas. Figur Daehoon tidak dikonstruksikan melalui citra maskulin tradisional yang menekankan otoritas, dominasi, atau peran pencari nafkah semata, melainkan melalui citra ayah yang hadir secara emosional, penyayang, dan terlibat dalam kerja domestik. Representasi ini menunjukkan adanya pergeseran makna idealitas laki-laki dalam budaya media

digital, di mana afeksi dan kehangatan emosional menjadi indikator penting moralitas maskulin (Dhoest, 2025).

Konstruksi maskulinitas tersebut sejalan dengan konsep *caring masculinity*, yaitu bentuk maskulinitas yang menempatkan empati, kehangatan, dan keterlibatan pengasuhan sebagai bagian esensial dari identitas laki-laki kontemporer (Elliott, 2016; Doucet, 2020). Melalui video reaksi, model maskulinitas ini tidak hanya direpresentasikan ulang, tetapi juga dinormalisasi sebagai standar ideal dalam relasi keluarga. Narasi internal dalam video, seperti teks "*POV lelaki idaman wanita*", berfungsi sebagai perangkat framing yang mengarahkan pembacaan visual ke dalam kerangka moral tertentu. Praktik ini dapat dipahami sebagai bentuk *aligned decoding* (Hall, 1997), di mana makna visual diselaraskan secara eksplisit dengan nilai maskulinitas ideal sebelum disirkulasikan kembali kepada audiens.

Elemen kolektif dari proses representasi tampak melalui keterlibatan audiens yang merespons dan mereproduksi makna tersebut melalui komentar. Sejumlah respons publik menegaskan bahwa audiens menempatkan tanggung jawab

domestik dan keterlibatan pengasuhan sebagai indikator utama idealitas laki-laki menunjukkan bahwa audiens mengadopsi kerangka interpretatif yang sama, dengan menempatkan tanggung jawab domestik sebagai indikator utama idealitas laki-laki.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa representasi "suami ideal" dalam konten TikTok Na Daehoon dikonstruksi melalui estetika domestisitas dan afeksi yang terkurasi secara visual maupun naratif. Praktik memasak, mengasuh anak, dan menampilkan kedekatan emosional berfungsi sebagai strategi encoding untuk mereartikulasikan maskulinitas dalam bentuk caring masculinity. Dalam perspektif Stuart Hall, representasi ini merupakan upaya hegemonik untuk menormalisasi maskulinitas afektif sebagai legitimasi moral laki-laki modern di ruang digital, di mana empati dan keterlibatan domestik menjadi sumber kapital simbolik.

Namun, analisis resepsi memperlihatkan dominasi negotiated reading yang menunjukkan bahwa audiens tidak menerima makna tersebut secara pasif. Publik mengafirmasi nilai afeksi yang ditampilkan, tetapi sekaligus mempertanyakan autentisitas dan konsistensinya dalam konteks

kontroversi digital. Hal ini menegaskan bahwa TikTok berfungsi sebagai arena diskursif tempat maskulinitas dinegosiasikan secara kolektif. Dengan demikian, maskulinitas digital bukanlah konstruksi yang stabil, melainkan performatif, cair, dan terikat pada logika algoritma serta evaluasi moral publik.

F. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa representasi "suami ideal" di TikTok dikonstruksi melalui visualisasi domestisitas dan afeksi sebagai bentuk artikulasi maskulinitas modern. Dalam kerangka encoding/decoding, konten tersebut merepresentasikan upaya produksi makna yang menempatkan caring masculinity sebagai norma simbolik baru laki-laki di ruang digital. Maskulinitas tidak lagi diposisikan semata sebagai otoritas publik, tetapi sebagai performa empati dan keterlibatan emosional yang memperoleh legitimasi sosial.

Namun, dominasi negotiated reading dalam respons audiens menunjukkan bahwa makna tersebut tidak bersifat hegemonik. Representasi maskulinitas terus dinegosiasikan dalam interaksi partisipatif yang dipengaruhi oleh konteks krisis reputasi dan budaya

algoritmik platform. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa maskulinitas digital merupakan konstruksi simbolik yang dinamis dan rentan terhadap evaluasi moral publik, sekaligus memperluas penerapan model resepsi dalam kajian komunikasi digital di Indonesia.

REFERENSI

- Anjarini, S., & Ningsih, R. (2024). *Tindak tutur direktif pada kolom komentar TikTok Ganjar Pranowo tentang pungli*. 6(1), 37-48. <https://doi.org/10.26555/jg.v6i1.9954>
- Arin Mantara Anggawirya, Rosalia Floriani, Abdurrahman Shaleh Reliubun, Martha Betaubun, & Desy Eva Laila Rokhmah. (2025). Representation of Cultural Values in Digital Content Through a Grounded Theory Approach to Cultural Creators on Tiktok. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 119-131. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4257>
- Bate, A. P. (2025). Exploring Online Student Relationships: A Qualitative Study of Social Media Usage, Motivations, and Barriers. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 17(1), 1-16. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v17i1.6881>
- Castells, M. (2013). *Communication Power*. https://books.google.co.id/books?id=3Q8oAAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Cedrún, L. C., & Civila, S. (2024). The influence of TikTok use on young people's identity formation and virtual socialisation. *MLS Communication Journal*, 2(1), 7-22. <https://doi.org/10.69620/mlscj.v2i1.2531>
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). *Hegemonic masculinity*. *Gender & Society*. <https://archive.org/details/connell-hegemonic-masculinity-rethinking-2005/mode/2up>
- Dhoest, A. (2025). From Manosphere to Mainstream: Representations of Masculinity on TikTok. *International Journal of Communication*, 19, 2201-2220.
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2019). *Gendered Visibility on Social Media: Navigating Instagram's Authenticity Bind*. 13, 4983-5002. <https://doi.org/10.32376/3f8575cb.3f03db0e>
- Fan, H., & An, J. (2024). Study on the Identity Construction of Characters in TikTok Short Videos from the Perspective of Impression Management. *International Journal of Education and Humanities*, 15(2), 382-385. <https://doi.org/10.54097/9pb77y06>
- Fatmawati, T. Y., & Nur, F. A. (2023). 20726-68013-1-Pb. 118,125.
- Fitriyani, N., Sadono, T. P., Fridha, M., & Palupi, T. (2025). *Toxic Masculinity in the Sadfishing Phenomenon within the # LakiLakiTidakBercerita Hashtag: A Netnographic Study of TikTok Content from the Account @ bimbluess*. 2(1), 1-11.
- Gauntlett, D. (2008). *Media, Gender and Identity* by David Gauntlett.
- Hall, S. (1997). Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. In *Sage Publications*. Bloomsbury Publishing Plc. <https://doi.org/10.5040/9781474206013.0012>
- Henry Jenkins with Ravi Purushotma, Margaret Weigel, K. C. and A. J. R. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. https://pdfhost.io/v/3ukACWjel_Confronting_the_Challenges_of_Participatory_Culture?utm_source=chatgpt.com
- Izzati Qur, A., & Dwi Putra, F. (2024). Tiktok sebagai Media Edukasi Parenting: Studi

- Pemaknaan Fatherhood dalam Akun @babeheji. *Borobudur Communication Review*, 4(2), 80-98. <https://doi.org/10.31603/bcrev.13970>
- John W. Creswell, J. D. C. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Jones, S., Moorlock, E., & Dempsey, E. (2025). Under the influencer : Participatory culture and the rise of the viratoid ☆. *Journal of Business Research*, 199(March 2024), 115547. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115547>
- Juditha & Darmawan, 2022. (2022). Tren Stitch Tiktok Sebagai Fitur Penegasian Warganet Dalam Komunikasi Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 242-258.
- Kemps, S. (n.d.). *Digital 2025: the state of social media in 2025*. Data Reportal. https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-state-of-social?utm_source
- Kozinets, R. V. (2019). *Netnography* (3rd ed.). SAGE Publications Ltd. <https://www.perlego.com/book/1431879/netnography-the-essential-guide-to-qualitative-social-media-research-pdf>
- Krippendorff, K. (2019). *SAGE Research Methods Content Analysis: An Introduction to Its Methodology Introduction*.
- Lacasa, P., Rubio-lópez, N., Matsumoto, M., & Henando, A. (2025). *Dimensions of Youth Interaction on TikTok : Exploring Creativity , Multimodality , and Digital Literacy*. 149-157.
- Matthew B. Miles, A Michael Hurbeman, J. S. (2018). *Qualitative Data Analysis A Methods*.
- Nazhifaaqila. (2025). *Self-Acceptance i n Tiktok ' s " How I Love Being A Woman " Trend : An Audience Reception Research Nazhifa Aqila Zahra*. 13(1).
- Padilah, N. N., & Juliana Kurniawati. (2025). Representasi Dan Penerimaan Audiens. *Jurnal Madia*, 6(1), 46-57.
- Pithaloka, D., Taufiq, I., & Dini, M. (2023). *Pemaknaan perempuan Generasi Z terhadap maskulinitas joget Tiktok*. 0341, 69-78.
- Pritchard, L. (2024). *Female's Digital Self-making on TikTok: Identity Construction Through a Framework of Postfeminist Media and Neoliberalism (2016-2024)*. In *Senior Theses*. https://scholarcommons.sc.edu/senior_theses/714
- RAHMAH HASTUTI, S. (2024). *KETERLIBATAN AYAH DAN KAITANNYA DENGAN EMOTIONAL WELL-BEING PADA REMAJA AKHIR*. 4(3), 167-186.
- Rahman Zaidan, R., Febrina, I., & Firmansyah, M. (2025). Pemaknaan Fatherhood dalam Konten Tiktok @Abe_daily Bagi Mahasiswa di Kabupaten Garut. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 1044-1054. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.5232>
- Schellewald, A. (2023). *Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences*. <https://doi.org/10.1177/01634437221144562>
- Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. E. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 179. <https://doi.org/10.24853/pk.7.2.179-192>

- Starovolsky-Shitrit, A., Neduva, A., Doron, N. A., Daniel, E., & Tsur, O. (2025). *The Value of Nothing: Multimodal Extraction of Human Values Expressed by TikTok Influencers*. <http://arxiv.org/abs/2501.11770>
- Tanner, S., & Gillardin, F. (2025). Toxic Communication on TikTok: Sigma Masculinities and Gendered Disinformation. *Social Media and Society*, 11(1).
<https://doi.org/10.1177/20563051251313844>
- Tran, S., Lin, C., Dosono, B., & Cotter, K. (2025). TikTok as a Tool for Identity Work Among the Hoa Ethnic Community. *Social Media + Society*, 11(3).
<https://doi.org/10.1177/20563051251363215>