https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom E-ISSN: 3032-1190
Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026,Vol.04, No.02,Hal:1005 – 1020

Representasi Gender dalam Konten Body Image di TikTok: Analisis Bibliometrik dan Tinjauan Sistematis (2021-2026)

[1]Fiona, [2]Ni Putu Yunita Anggreswari
[1,2] Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional Bali
xufiona09@gmail.com

Abstrak
Pesatnya perkembangan TikTok menjadikannya arena krusial bagi negosiasi identitas dan pembentukan citra tubuh melalui konten visual. Terdapat kesenjangan sintesis mengenai interaksi algoritma dengan stereotip gender tradisional (2021–2026). Penelitian ini memetakan lanskap literatur representasi gender dalam konten citra tubuh melalui metode hibrida: analisis bibliometrik dan tinjauan pustaka sistematis. Mengikuti protokol PRISMA, 223 dokumen dari Scopus diproses via VOSviewer untuk memvisualisasikan jaringan kata kunci. Temuan menunjukkan tren publikasi memuncak pada 2025 dengan 60 dokumen, didominasi bidang Ilmu Sosial (140 dokumen) dan Amerika Serikat sebagai kontributor utama. Analisis mengungkapkan dikotomi performativitas, di mana algoritma cenderung mempromosikan standar tubuh tertentu yang melanggengkan seksisme sistemik dan bias gender yang merugikan kesehatan mental pengguna. Kesimpulannya, ekosistem TikTok masih terjebak dalam bingkai budaya yang memojokkan perempuan. Oleh karena itu, direkomendasikan adanya audit algoritma berkala serta penguatan literasi digital lintas disiplin guna mendekonstruksi standar kecantikan toksik dan menciptakan ruang siber yang lebih inklusif bagi keragaman citra tubuh.
Kata kunci: Representasi Gender, Konten, Tiktok

Abstract
The rapid growth of TikTok has made it a crucial arena for identity negotiation and body image formation through visual content. A gap exists in the synthesis of the interaction of algorithms with traditional gender stereotypes (2021–2026). This study maps the literature landscape on gender representation in body image content using a hybrid method: bibliometric analysis and systematic literature review. Following the PRISMA protocol, 223 documents from Scopus were processed via VOSviewer to visualize keyword networks. The findings indicate a publication trend peaking in 2025 with 60 documents, dominated by the Social Sciences (140 documents) and the United States as the main contributor. The analysis reveals a dichotomy of performativity, where algorithms tend to promote certain body standards that perpetuate systemic sexism and gender bias, detrimental to users' mental health. In conclusion, the TikTok ecosystem remains trapped within a cultural framework that marginalizes women. Therefore, regular algorithm audits and the strengthening of interdisciplinary digital literacy are recommended to deconstruct toxic beauty standards and create a more inclusive cyberspace for body image diversity.
Keyword: *Gender Representation, Content, TikTok*

Pendahuluan

TikTok telah bertransformasi menjadi arena krusial bagi negosiasi identitas dan pembentukan etika komunikasi digital yang sangat dipengaruhi oleh interaksi simbolik melalui konten visual (Habibatul & Riswandari, 2025). Dalam kurun waktu 2021 hingga 2026, representasi tubuh atau body image menjadi narasi dominan yang sering kali masih terjebak dalam pola bias gender dan stereotip tradisional meskipun platform ini menawarkan ruang ekspresi yang luas (AYDIN et al., 2024). Melalui teori pembingkaian, terlihat bagaimana budaya secara aktif mengonstruksi status perempuan dan peran gender yang sering kali melanggengkan disparitas serta diskriminasi dalam ruang siber (Quirós-Ramírez & Almansa-Martínez, 2024).

Dampak psikologis dari konten fitspiration di TikTok menunjukkan adanya internalisasi citra tubuh yang berbeda secara signifikan antara laki-laki dan perempuan, di mana tuntutan terhadap massa otot dan standar kelangsingan memicu tekanan mental yang nyata (Limniou et al., 2025). Ekosistem media sosial yang cenderung mendorong objektivikasi diri demi popularitas algoritma telah menciptakan pola seksisme yang konsisten baik di TikTok maupun Instagram, yang diperumit oleh kehadiran pemengaruh virtual dengan standar kecantikan artifisial. (López et al., 2023; Rodríguez & Establés, 2023) Penelitian ini bertujuan untuk memetakan perkembangan diskursus tersebut melalui analisis bibliometrik dan tinjauan sistematis guna memberikan gambaran menyeluruh mengenai tren publikasi dan klaster tematik utama. Di sisi lain, TikTok juga muncul sebagai ruang subversif yang memungkinkan pengguna untuk melakukan resistensi terhadap standar kecantikan normatif melalui gerakan aktivisme digital. Meskipun algoritma sering kali mempromosikan idealisme tertentu, platform ini menjadi rumah bagi komunitas yang menggaungkan tagar seperti #BodyPositivity dan #BodyNeutrality yang telah ditonton puluhan miliar kali, memberikan alternatif yang lebih inklusif dibandingkan media sosial berbasis foto lainnya (Bavikatty, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kunci mengenai dinamika representasi gender dalam konten Body Image di TikTok. Secara spesifik, studi ini akan mengeksplorasi bagaimana platform tersebut memengaruhi konstruksi dan persepsi citra tubuh terkait gender, serta mengidentifikasi pola dan narasi dominan yang muncul dalam periode 2021–2026.

1. Bagaimana evolusi tren publikasi ilmiah tahunan mengenai representasi gender dan dampaknya terhadap body image di media sosial dalam kurun waktu 2020–2025?
2. Bidang subjek apa saja yang paling dominan dan afiliasi institusi mana yang memberikan kontribusi paling signifikan dalam memetakan riset mengenai desain pesan persuasif dan struktur kepemimpinan gender di platform digital?
3. Bagaimana pola pemetaan keterkaitan bibliografi antarnegara dalam mengkaji fenomena objektifikasi diri influencer dan budaya konten visual secara global?
4. Apa saja klaster tema utama dan kata kunci yang paling sering muncul (*co-occurrence*) dalam literatur yang menghubungkan algoritma rekomendasi TikTok dengan persepsi body image dan identitas gender?

Pertanyaan-pertanyaan ini dapat dijawab menggunakan teknik bibbliometrik dan perangkat lunak VOSviewer. Sementara itu, untuk mengidentifikasi bagaimana representasi gender dalam konten body image terbentuk dan diinterpretasikan di TikTok, serta untuk

menganalisis narasi yang berpotensi menantang stereotip gender konvensional, akan digunakan tinjauan sistematis (Yuliarti, 2025).

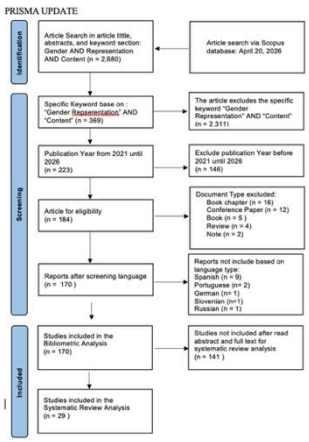
Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memetakan secara komprehensif lanskap literatur akademik mengenai representasi gender dalam konten citra tubuh di media sosial melalui pendekatan bibliometrik dan tinjauan sistematis. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis evolusi tren publikasi ilmiah tahunan antara tahun 2020 hingga 2025 guna memahami dinamika perkembangan isu representasi gender dan dampaknya terhadap persepsi citra tubuh di ruang digital. Selanjutnya, studi ini bermaksud untuk mengidentifikasi bidang subjek yang paling dominan serta memetakan afiliasi institusi yang memberikan kontribusi paling signifikan dalam riset mengenai desain pesan persuasif dan struktur kepemimpinan gender di platform digital. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pola keterkaitan bibliografi antarnegara guna mengungkap jaringan kolaborasi global dalam mengkaji fenomena objektifikasi diri influencer serta pengaruh budaya visual terhadap masyarakat internasional. Akhirnya, penelitian ini menargetkan identifikasi klaster tema utama dan hubungan ko-okurensi kata kunci untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana mekanisme algoritma rekomendasi platform, seperti TikTok, berinteraksi dengan identitas gender dan standar kecantikan yang dikonstruksi secara digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode hibrida yang mengintegrasikan analisis bibliometrik dengan *Systematic Literature Review* untuk memetakan secara komprehensif perkembangan riset mengenai representasi gender dalam konten *body image* di TikTok antara tahun 2021 hingga 2026 (periode ini dipilih untuk menjaga aktualitas data, mengingat lonjakan popularitas TikTok sejak pandemi COVID-19 pada 2020 yang memicu peningkatan signifikan publikasi riset terkait representasi gender dan body image mulai 2021). Prosedur diawali dengan pengumpulan data dari basis data bibliografi bereputasi seperti Scopus atau Web of Science menggunakan kata kunci spesifik seperti “Representasi”, “*konten*”, dan “*gender*” (Akram & Nasar, 2023; Blum, 2024; Rejeb et al., 2023). Analisis bibliometrik dilakukan dengan mengekstraksi metadata dokumen dalam format CSV atau BibTeX untuk diproses menggunakan perangkat lunak VOSviewer, yang memungkinkan visualisasi jaringan ko-okurensi kata kunci, pemetaan klaster pengetahuan, serta identifikasi tren penelitian yang dominan melalui algoritma *text mining* dan visualisasi jaringan (Rejeb et al., 2023; Yahya & Mammadzada, 2024).

Proses seleksi literatur dalam penelitian ini dilaksanakan secara sistematis mengikuti protokol PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) untuk menjamin transparansi dan replikabilitas hasil (Kascelan et al., 2025). Tahap identifikasi dilakukan pada tanggal 20 April 2026 melalui basis data Scopus, di mana pencarian awal menggunakan kombinasi kata kunci "Gender AND Representation AND Content" menghasilkan 2.680 dokumen. Untuk meningkatkan relevansi temuan, pencarian dipersempit menggunakan kata kunci spesifik “Gender Representation” AND “Content”, yang mereduksi jumlah literatur menjadi 369 rekaman . Pada tahap penyaringan (*screening*), kriteria rentang waktu publikasi antara tahun 2021 hingga 2026 diterapkan guna menangkap tren riset terkini, sehingga menyisakan 223 dokumen (Wang, 2022). Analisis lebih lanjut terhadap tipe dokumen

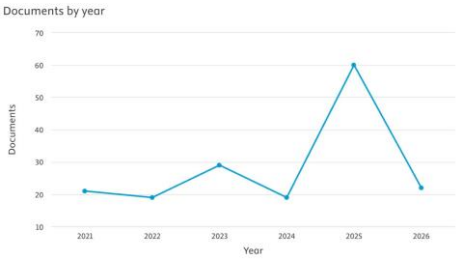
menunjukkan komposisi yang terdiri dari 184 artikel, 16 bab buku, 12 makalah konferensi, 5 buku, 4 tinjauan (*review*), dan 2 catatan (*note*). Langkah terakhir dalam penilaian kelayakan (*eligibility*) melibatkan penyaringan bahasa untuk memastikan kualitas analisis konten, di mana mayoritas dokumen menggunakan bahasa Inggris 170 dokumen, diikuti oleh bahasa Spanyol, Portugis, Jerman, Slovenia, dan Rusia. Prosedur bertahap ini memastikan bahwa metadata yang diekstraksi memiliki validitas yang kuat untuk diproses lebih lanjut dalam analisis bibliometrik dan tinjauan sistematis mengenai representasi gender dan citra tubuh. Proses yang ketat ini, yang mengikuti pedoman PRISMA, memastikan hanya penelitian yang paling relevan yang diproses. Akibatnya, pada akhirnya, 29 studi dimasukkan dalam analisis tinjauan sistematis. Setelah menerapkan filter sistematis ini, teks lengkap dari studi yang tersisa dinilai berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan sebelumnya. Kumpulan studi yang disertakan pada akhirnya diperoleh setelah penilaian teks lengkap yang menyeluruh, dengan setiap perbedaan diselesaikan melalui diskusi di antara para peninjau, memastikan hanya penelitian yang paling relevan dan berkualitas tinggi yang disertakan.



Gambar 1. Diagram alur proses seleksi tinjauan pustaka sistematis

Hasil dan Pembahasan

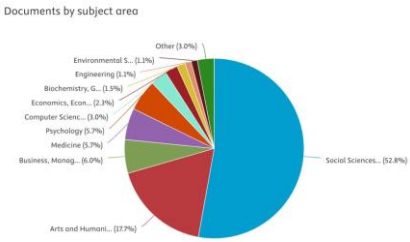
Analisis tren publikasi tahunan dari tahun 2021 hingga 2026 mengungkapkan dinamika perkembangan riset tentang representasi gender dalam konten citra tubuh, yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah artikel yang diterbitkan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa topik representasi gender dan citra tubuh, khususnya dalam konteks media sosial seperti TikTok, semakin mendapatkan perhatian substansial dari komunitas ilmiah. Peningkatan ini sejalan dengan munculnya platform media baru dan semakin kompleksnya konstruksi identitas gender yang tercermin dalam literatur. Hal ini menegaskan urgensi studi lebih lanjut mengenai bagaimana dinamika representasi gender pada platform digital memengaruhi persepsi citra tubuh dan norma sosial yang berkembang di masyarakat kontemporer.



Gambar 2. Dokumen berdasarkan Tahun
Sumber : Scopus

Distribusi publikasi mengenai representasi gender dan citra tubuh di platform digital berfluktuasi selama 2021–2026. Tren dimulai dengan 21 dokumen, sempat menurun menjadi 19, lalu meningkat menjadi 29. Setelah turun kembali ke 19 dokumen, tahun 2025 menjadi puncak pertumbuhan dengan 60 dokumen, mencerminkan urgensi diskursus identitas gender dan pengaruh algoritma. Hingga 2026, tercatat 22 dokumen telah diterbitkan. Angka ini menegaskan bahwa topik representasi gender dan citra tubuh tetap relevan dan berkembang secara berkelanjutan dalam komunitas ilmiah global.

Analisis lanskap bidang subjek dan afiliasi institusi memberikan pemahaman mendalam tentang ekosistem riset yang mendukung studi representasi gender dan citra tubuh di platform digital, mengidentifikasi aktor-aktor kunci dan kolaborasi lintas disiplin yang membentuk arah penelitian. Studi-studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa representasi gender dalam media, termasuk platform digital, tidak hanya mencerminkan pergeseran sosial tetapi juga secara aktif memengaruhi persepsi gender dan tubuh.

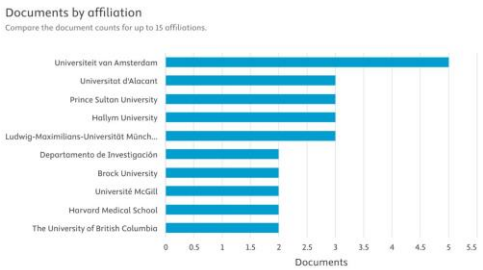


Gambar 3. Dokumen berdasarkan Bidang Subjek
Sumber : (Scopus)

Top 10 Dominasi subjek area, bidang Social Sciences dengan 140 dokumen dan Arts and Humanities dengan 47 dokumen menunjukkan bahwa tren utama riset mengenai representasi gender dan citra tubuh berakar kuat pada analisis sosiokultural. Fokus utama dalam ranah ini adalah bagaimana media sosial mengkonstruksi identitas gender melalui narasi visual dan estetika yang sering kali mempromosikan standar kecantikan tertentu di ruang digital. Tren ini mencerminkan pergeseran pemahaman tentang bagaimana norma budaya digital secara aktif membentuk cara individu mempersepsikan tubuh mereka sendiri dalam ruang publik. Tren selanjutnya terlihat pada irisan antara bidang Business, Management and Accounting (16 dokumen), Medicine (15 dokumen), dan Psychology (15 dokumen). Keterlibatan ketiga bidang ini menunjukkan adanya fokus riset pada komersialisasi citra tubuh melalui strategi pemasaran

digital yang berdampak langsung pada kesejahteraan mental pengguna. Peneliti di bidang psikologi dan kedokteran semakin banyak meneliti dampak dari paparan konten yang tidak realistis terhadap kesehatan emosional, perilaku, serta persepsi diri yang dikonstruksi melalui platform sosial. Selain itu, kehadiran bidang Computer Science dengan 8 dokumen menandai munculnya tren penelitian yang bersifat teknis-analitis, terutama dalam membedah peran algoritma rekomendasi. Hal ini menjadi krusial untuk memahami bagaimana mekanisme platform digital secara otomatis memfilter dan menyebarkan konten tertentu yang dapat memperkuat stereotip gender secara masif. Sementara itu, bidang lainnya seperti Economics, Econometrics and Finance (6 dokumen), Biochemistry (4 dokumen), serta Engineering dan Environmental Science (masing-masing 3 dokumen) menunjukkan diversifikasi riset yang lebih spesifik, mulai dari analisis dampak ekonomi industri kecantikan hingga pendekatan lintas disiplin yang melibatkan faktor biologis dan lingkungan.

Berdasarkan analisis lembaga afiliasi, hal ini sangat penting untuk mengidentifikasi pusat-pusat keunggulan penelitian dan pola kolaborasi antar institusi yang berkontribusi pada perkembangan diskursus representasi gender dan citra tubuh di TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi institusi-institusi yang memimpin dalam publikasi, serta menganalisis jaringan kolaborasi antar peneliti dari berbagai universitas dan pusat riset yang berfokus pada dinamika gender dan citra tubuh di platform media sosial.

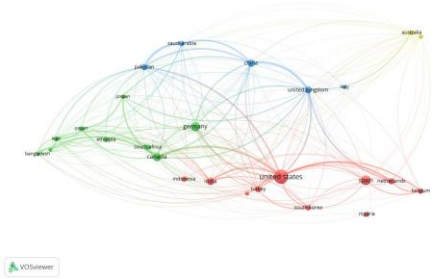


Gambar 4. Dokumen berdasarkan Afiliasi
Sumber : Scopus

Analisis terhadap kontribusi institusi menunjukkan bahwa Universiteit van Amsterdam memimpin sebagai afiliasi yang paling produktif dengan kontribusi sebanyak 5 dokumen, yang menegaskan peran dominan institusi tersebut dalam memetakan riset global di bidang ini. Di posisi berikutnya, terdapat kelompok institusi yang masing-masing menyumbangkan 3 dokumen, yaitu Universitat d'Alacant, Prince Sultan University, Hallym University, dan Ludwig-Maximilians-Universität München, yang mencerminkan adanya persebaran geografis riset yang luas mulai dari Eropa, Timur Tengah, hingga Asia Timur. Selain itu, terdapat beberapa institusi bereputasi tinggi yang masing-masing menyumbangkan 2 dokumen, meliputi Departamento de Investigación, Brock University, Université McGill, Harvard Medical School, serta The University of British Columbia. Kehadiran institusi riset dan sekolah kedokteran terkemuka dari Amerika Utara dalam daftar 10 besar ini menunjukkan bahwa topik representasi gender dan citra tubuh tidak hanya dikaji dari perspektif sosial dan humaniora,

tetapi juga mendapatkan perhatian serius dari sudut pandang klinis dan kesehatan masyarakat di tingkat internasional.

Analisis jaringan kolaborasi internasional memberikan gambaran mengenai interkonektivitas antarnegara dalam memajukan pemahaman mengenai representasi gender di media digital. Studi-studi ini seringkali menyoroti bagaimana asimetri representasi gender dalam narasi visual dan komposisi spasial karakter berkontribusi pada stereotip yang terus-menerus. Representasi semacam ini, yang mencakup penggambaran tubuh ideal dan peran gender, secara signifikan memengaruhi persepsi diri dan citra tubuh, terutama di kalangan pengguna muda yang rentan terhadap standar kecantikan yang tidak realistis.



Gambar 5. Keterkaitan bibliografi analisis jaringan
Sumber : Output VOSviewer

Studi yang menganalisis jaringan kolaborasi ini mengindikasikan adanya pusat-pusat penelitian yang secara aktif terlibat dalam diskursus global mengenai representasi gender di media sosial, dengan Spanyol menjadi salah satu kontributor signifikan dalam publikasi ilmiah di bidang komunikasi dan gender. Seperti terlihat pada Gambar 5, keterkaitan bibliografi antarnegara tersebut dirinci lebih lanjut pada tabel distribusi dokumen berdasarkan negara di bawah ini. Tabel ini secara spesifik akan memaparkan sebaran publikasi berdasarkan negara asal penulis, mengidentifikasi negara-negara dengan kontribusi penelitian tertinggi serta pola kemunculan kata kunci yang dominan.

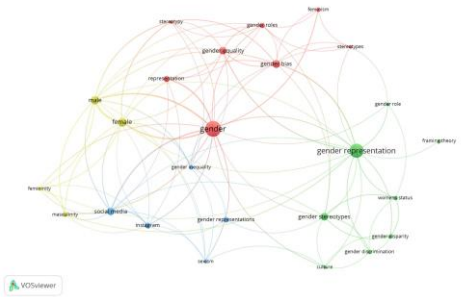
Tabel 1. Keterkaitan Bibliografi berdasarkan Negara

Country	Documents	Citations	Total Link Strength
United States	31	240	1146
Canada	11	87	651
China	9	50	629
United Kingdom	8	14	627
Pakistan	6	8	579
Saudi Arabia	5	2	375
Turkey	6	34	367
Germany	13	57	360
Netherlands	6	22	326

Sumber : Output VOSviewer.

Analisis distribusi geografis dan kekuatan jaringan kolaborasi internasional menunjukkan bahwa Amerika Serikat merupakan kontributor paling dominan dalam riset mengenai representasi gender dan citra tubuh di TikTok. Dengan total 31 dokumen dan 240 sitasi, Amerika Serikat memimpin secara intelektual dalam diskursus ini, yang sejalan dengan temuan global bahwa negara tersebut menyumbangkan literatur terbesar dalam kajian gender dan media sosial (AYDIN et al., 2024). Tingginya nilai *Total Link Strength* (1.146) menunjukkan bahwa institusi-institusi di Amerika Serikat bertindak sebagai simpul pusat yang menghubungkan berbagai penelitian di tingkat global, menjadikannya rujukan utama bagi para peneliti di bidang ini. Jerman menempati posisi kedua dalam volume publikasi dengan 13 dokumen, diikuti oleh Kanada dengan 11 dokumen. Meskipun jumlah dokumen Kanada lebih sedikit dibandingkan Jerman, dampak risetnya terlihat lebih signifikan melalui jumlah sitasi yang lebih tinggi dan kekuatan jaringan sebesar 651. Hal ini menunjukkan bahwa publikasi dari Kanada memiliki keterkaitan kolaboratif yang lebih intensif dengan peneliti internasional. Sementara itu, China dengan 9 dokumen dan 629 *Total Link Strength* menegaskan pengaruhnya yang semakin meningkat di Asia dalam membedah fenomena media baru, khususnya mengingat posisi strategis TikTok yang berasal dari wilayah tersebut (Rejeb et al., 2023).Negara-negara seperti Inggris (8 dokumen) dan Pakistan (6 dokumen) juga menunjukkan profil riset yang kompetitif dengan kekuatan jaringan masing-masing sebesar 627 dan 579. Kehadiran negara-negara di luar blok Barat, seperti Pakistan, Arab Saudi, dan Turki, menandakan bahwa isu citra tubuh di media sosial telah menjadi perhatian lintas budaya yang serius. Meskipun terdapat tantangan berupa kesenjangan riset antara negara maju dan berkembang, partisipasi aktif negara-negara ini menunjukkan adanya upaya global untuk memahami bagaimana konten digital seperti *fitspiration* memengaruhi standar kecantikan dan harga diri pengguna secara universal (Limniou et al., 2025; Rejeb et al., 2023) . Distribusi yang mencakup Belanda dan Turki semakin memperkuat bukti bahwa riset ini telah bertransformasi menjadi agenda akademis global yang terintegrasi secara bibliografis.

Penelitian-penelitian dalam klaster ini mengkaji secara mendalam bagaimana algoritma TikTok membentuk ekosistem konten yang mempromosikan citra tubuh ideal, serta bagaimana interaksi dengan kata kunci dan narasi tertentu memengaruhi konstruksi identitas gender di platform tersebut (Flores & Sepúlveda, 2025).



Gambar 6. Keterkaitan bibliografi analisis kata kunci
Sumber : Output VOSviewer.

Hasil analisis klaster tematik melalui pemetaan kata kunci mengungkapkan bahwa Klaster Merah berfokus pada dimensi sosiostruktural dan perspektif kritis dalam membedah identitas gender di ruang digital, di mana kata kunci *Gender* muncul sebagai simpul pusat yang paling dominan, menandakan bahwa isu ini merupakan jangkar utama dalam seluruh diskursus riset di platform TikTok (AYDIN et al., 2024). Klaster ini mengevaluasi bagaimana TikTok menjadi medan di mana bias gender dan stereotip tradisional diproduksi serta dikonfrontasi melalui narasi visual, dengan kehadiran kata kunci *Feminism* dan *Stereotypes* yang membongkar bagaimana standar kecantikan yang sempit dilanggengkan melalui ketimpangan kekuasaan simbolis, di mana ketegangan antara upaya kesetaraan dengan internalisasi nilai stereotipikal diperkuat oleh algoritma yang memengaruhi kepuasan tubuh pengguna. Sejalan dengan itu, Klaster Hijau menonjolkan perspektif sosiokultural dengan *Gender Representation* sebagai fokus, menggunakan *Framing Theory* untuk mengevaluasi pembingkaian narasi terhadap standar tubuh dan peran individu, serta mengukur dampak algoritma terhadap posisi perempuan melalui kata kunci *Gender Discrimination*, *Gender Disparity*, dan *Womens Status* (Kascelan et al., 2025; Rejeb et al., 2023), di mana interaksi *Culture* dan *Gender Role* menegaskan bahwa representasi identitas tidak terlepas dari norma budaya dalam konten *Wellness* dan *Fitspiration.* Melengkapi hal tersebut, Klaster Biru dan Kuning memperdalam pemahaman mengenai ekosistem digital lintas platform serta konstruksi biner identitas gender; di mana Klaster Biru melalui *Social Media* dan *Instagram* menyoroti politik gender yang mendukung maskulinitas serta feminitas heteronormatif . Dalam konteks ini, Generasi Z membangun identitas melalui simbol visual yang dibatasi kerangka regulatif, melanggengkan *Sexism* dan *Gender Inequality* (Habibatul & Riswandari, 2025; Natalia & Dushakova, 2025), sementara Klaster Kuning membedah dikotomi peran melalui *Female* dan *Male* yang mengabaikan kompleksitas non-biner, dengan pria cenderung berorientasi fungsional dan wanita pada aspek relasional.

Tabel 2. Analisis Tematik berdasarkan Kata Kunci

Cluster	Keywords (Occurred)	Theme to be Discussed
Red	Feminism (4), Gender (49), Gender Bias (13), Gender Aquality (12), Gender Roles (6), Representation (8), Stereotypes (3), Stereotypy (3)	Kritik Feminis terhadap Bias dan Stereotip dalam Representasi Gender
Green	Culture (3), Framing Theory (3), Gender Discrimination (4), Gender Disparity (4), Gender Representation (40), Gender Role (3), Womens Status (4)	Bingkai Budaya dan Status Perempuan dalam Narasi Media Digital

Blue	Gender Inequality (4), Instagram (7), Sexism (3), Social Media (11)	Ekosistem Seksisme: Perbandingan Pola Ketidaksetaraan antara TikTok dan Instagram
Yellow	Female (16), Femininity (3), Male (15), Masculinity (5)	Dikotomi Performativitas: Internalisasi Maskulinitas dan Feminitas dalam Citra Tubuh

Kritik feminis terhadap bias dan stereotip dalam representasi gender menunjukkan bahwa kata kunci gender menjadi poros utama penelitian yang membedah dinamika kekuasaan dalam ekosistem visual TikTok. Melalui lensa feminisme, terlihat adanya bias gender dan stereotip tradisional yang masih direproduksi secara sistemik meskipun platform ini menawarkan ruang ekspresi yang luas (AYDIN et al., 2024). Ekosistem seksisme digital juga terlihat melalui perbandingan pola ketidaksetaraan antara TikTok dan Instagram, di mana media sosial visual cenderung memberi insentif pada konten yang menonjolkan objektivikasi diri demi popularitas (Rodríguez & Establés, 2023). Tren kesejahteraan digital seperti tagar wellness memperkuat ketidaksetaraan gender melalui standarisasi tubuh yang sempit dan terkurasi secara ketat (Flores & Sepúlveda, 2025). Hal ini berdampak pada dikotomi performativitas antara maskulinitas dan feminitas, di mana internalisasi citra tubuh menunjukkan perbedaan signifikan antara pengguna laki-laki dan Perempuan. Perempuan lebih rentan terhadap standar kelangsingan sementara laki-laki mulai menghadapi tekanan untuk mencapai massa otot yang ideal (Limniou et al., 2025). Representasi tubuh di media baru ini dipandang sebagai performa identitas yang sangat bergantung pada visibilitas fisik, yang semakin diperumit oleh kehadiran pemengaruh virtual yang menetapkan standar kecantikan artifisial di luar batas biologis manusia (Joshi, 2023; López et al., 2023). Fenomena ini menegaskan bagaimana representasi media membentuk konstruksi sosial gender, yang secara fundamental memengaruhi pemahaman khalayak terhadap isu-isu spesifik dan kebijakan terkait (Yuliarti, 2025).

Kritik feminis terhadap bias dan stereotip dalam representasi gender telah mengungkapkan secara sistematis bagaimana berbagai media dan materi pendidikan secara konsisten mereproduksi ketidaksetaraan gender melalui pola representasi yang bersifat patriarkal dan hegemonik. Dalam industri hiburan digital, analisis terhadap video game *mainstream* di Spanyol mengungkapkan representasi perempuan yang problematik baik secara kuantitas maupun kualitas, di mana karakter perempuan secara signifikan kurang terwakili hanya muncul di 17,78% sampul permainan dan sering ditempatkan dalam peran sekunder dengan sikap submisif serta tipe tubuh yang tidak realistis (De la Torre-Sierra & Guichot-Reina, 2025). Fenomena serupa teridentifikasi dalam film populer, di mana analisis komputasional berskala besar mengonfirmasi kurangnya representasi perempuan secara kuat di layar, meskipun terdapat tren temporal menuju representasi yang lebih adil, serta ditemukan asimetri signifikan dalam *mise-en-scène* dan *mise-en-cadre* karakter berdasarkan gender mereka (Mazières et al., 2021). Dalam konteks berita televisi, perempuan ditemukan secara struktural kurang terwakili, sering digambarkan sebagai aktor sekunder atau pasif, dan disajikan dalam peran stereotipikal, sementara jurnalis perempuan cenderung mewawancarai

lebih banyak narasumber perempuan dibandingkan rekan laki-laki mereka (Beckers et al., 2024). Studi tentang pemberitaan politik juga mengungkapkan bahwa kurangnya representasi perempuan tidak hanya berarti lebih sedikit panutan bagi perempuan muda, tetapi juga berkontribusi pada kultivasi ranah politik sebagai zona maskulin, yang oleh Tuchman digambarkan sebagai "penghancuran simbolis perempuan" (*symbolic annihilation of women*) yang berfungsi sebagai mekanisme untuk mempertahankan *status quo* hegemonik (Riedl et al., 2024). Dalam ranah pendidikan, analisis kritis terhadap buku teks bahasa Inggris di Pakistan mengungkapkan disproporsi dan ketidakseimbangan signifikan dalam representasi gender, di mana buku teks berkontribusi pada sosialisasi anak-anak secara tradisional dan stereotipikal dengan atribusi pekerjaan berstatus tinggi seperti pengacara, insinyur, dan dokter kepada laki-laki serta mengecualikan perempuan dari peran sosial yang lebih luas (Dar & Bano, 2023).. Secara keseluruhan, kritik feminis menegaskan bahwa media bukan sekadar cerminan masyarakat, melainkan ko-kreator aktif realitas sosial yang memiliki potensi pedagogis signifikan dan tanggung jawab etis (Poteko & Bartoluci, 2026), sehingga bias dan stereotip gender yang tertanam dalam representasi media dari iklan, film, berita, buku teks, hingga platform digital secara sistematis membatasi keragaman ekspresi gender, memperkuat hierarki patriarkal, dan menghambat pencapaian kesetaraan gender yang substantif.

Narasi media digital kontemporer secara kompleks membingkai status perempuan melalui interaksi antara nilai-nilai budaya lokal, logika platform, dan dinamika representasi gender yang terus bernegosiasi antara tradisi dan transformasi. Dalam konteks media sosial, Instagram menawarkan potensi politik gender yang ambigu bagi perempuan muda: di satu sisi, platform ini memungkinkan praktik *visibility politics* yang merepresentasikan keragaman femininitas yang sering absen dari media populer, namun di sisi lain, potensi tersebut dibatasi oleh koeksistensi konvensi kecantikan yang diidealkan dan politik popularitas yang memprioritaskan konten normatif (Caldeira, 2021). Temuan ini diperkuat oleh analisis terhadap konten bertagar #wellness di Instagram yang mengungkapkan bahwa gender secara dominan digambarkan dalam bentuk biner dengan tubuh yang kurus atau atletis, di mana logika keterlibatan (*engagement logic*) Instagram secara preferensial mempromosikan konten yang sesuai dengan norma-norma sosial dominan, sehingga narasi-narasi alternatif atau kontra-naratif menghadapi tantangan signifikan dalam memperoleh visibilitas akibat bias algoritmik dan predisposisi kultural (Flores & Sepúlveda, 2025). Dalam ranah media cetak, iklan surat kabar di Filipina menunjukkan bahwa meskipun ketidaksetaraan gender tidak terlalu kuat secara kuantitatif dalam hal jumlah karakter, pembacaan yang lebih mendalam terhadap konteks, peran, dan fisikalitas karakter mengungkapkan persistensi representasi gender stereotipikal yang mencerminkan bagaimana iklan merefleksikan budaya sekaligus dibentuk oleh konteks sosio-historis dan relasi kuasa yang berubah (Rapanot et al., 2021). Fenomena serupa teridentifikasi dalam konteks Amerika Latin, di mana iklan cetak di Chile pada tahun 2013 meskipun telah melalui proses modernisasi yang luas dan transformasi besar dalam Masyarakat masih menampilkan representasi gender stereotipikal dengan perempuan yang diasumsikan dalam peran pasif yang tidak mencerminkan kemandirian mereka yang semakin meningkat akibat integrasi ke pasar tenaga kerja, menunjukkan bahwa bingkai budaya patriarkal tetap bertahan bahkan di tengah perubahan struktural (Porath et al., 2024). Dalam industri hiburan digital, analisis terhadap video game *mainstream* di Spanyol mengungkapkan

bahwa perempuan secara signifikan kurang terwakili hanya muncul di 17,78% sampul permainan dan 35,29% konten audiovisual dalam permainan serta sering ditempatkan dalam peran sekunder dengan sikap submisif dan tipe tubuh yang tidak realistis, yang berdampak pada pembentukan identitas anak-anak dan pemain muda (De la Torre-Sierra & Guichot-Reina, 2025). Dengan demikian, bingkai budaya yang tertanam dalam narasi media digital dari platform sosial, iklan, film, berita, hingga materi pendidikan secara sistematis mereproduksi hierarki gender yang dibentuk oleh konteks kultural spesifik, meskipun ruang-ruang resistensi dan negosiasi terus bermunculan melalui praktik-praktik kontra-naratif dan literasi media kritis yang menantang representasi dominan.

Perbandingan pola ketidaksetaraan gender antara TikTok dan Instagram mengungkapkan bahwa meskipun kedua platform beroperasi dalam ekosistem digital yang sama, masing-masing memiliki dinamika spesifik yang membentuk dan mereproduksi seksisme secara berbeda. Penelitian terhadap realitas show Indonesia menunjukkan perbedaan signifikan antar platform: televisi masih mempertahankan representasi maskulinitas tradisional sebesar 65%, sementara platform digital seperti TikTok menunjukkan proporsi ekspresi emosional (42%) dan kreatif (45%) yang lebih tinggi, dengan tingkat keterlibatan audiens untuk konten emosional (380 ribu interaksi) dan kreatif (320 ribu interaksi) yang jauh melampaui representasi tradisional (180 ribu interaksi), terutama di kalangan audiens muda usia 18–24 tahun (Chitra & Senthilkumar, 2023). Di sisi lain, Instagram memiliki logika keterlibatan (*engagement logic*) yang secara preferensial mempromosikan konten yang sesuai dengan norma-norma sosial dominan, sehingga representasi gender biner dan tubuh yang kurus atau atletis tetap mendominasi, sementara narasi-narasi alternatif atau kontra-naratif menghadapi tantangan signifikan dalam memperoleh visibilitas akibat bias algoritmik dan predisposisi kultural (Dias & Tavares, 2021). Meskipun Instagram menawarkan potensi politik gender melalui praktik *visibility politics* yang merepresentasikan keragaman femininitas yang sering absen dari media populer, potensi tersebut secara simultan dibatasi oleh koeksistensi konvensi kecantikan yang diidealkan dan politik popularitas dalam media sosial (Rapanot et al., 2021). Fenomena *self-objectification* di kalangan influencer di Spanyol mengonfirmasi bahwa objektifikasi diri lebih dominan pada perempuan dibandingkan laki-laki, dan memiliki korespondensi penting dengan persepsi diri terhadap profesi serta usia, terutama pada Generasi Z, di mana influencer perempuan yang mempersepsikan diri dalam profesi yang mengandalkan penampilan fisik cenderung lebih mengobjetifikasi diri mereka (Porath et al., 2024). Dalam konteks yang lebih luas, analisis terhadap *momfluencer* di Instagram menunjukkan bahwa semakin besar jangkauan (*follower count*), semakin kuat kecenderungan untuk mengadopsi representasi keibuan yang lebih konformis dan dapat dipasarkan, yang mengindikasikan pergeseran menuju penggambaran stereotipikal yang diperkuat oleh dinamika platform dan ekonomi platform (De la Torre-Sierra & Guichot-Reina, 2025). Secara keseluruhan, meskipun TikTok menunjukkan potensi yang lebih besar untuk mendisrupsi norma-norma gender tradisional melalui format konten yang lebih pendek dan interaktif (Chitra & Senthilkumar, 2023), Instagram tetap terjebak dalam siklus reproduksi norma-norma dominan yang diperkuat oleh arsitektur algoritmiknya, sehingga kedua platform secara bersama-sama membentuk ekosistem seksisme digital yang kompleks di mana pola ketidaksetaraan gender beroperasi melalui mekanisme yang berbeda namun saling melengkapi.

Dikotomi performativitas gender yang termanifestasi dalam internalisasi maskulinitas dan feminitas melalui citra tubuh merupakan fenomena kompleks yang direproduksi secara sistematis oleh berbagai media dan institusi sosial. Representasi sosial gender di lingkungan sekolah di Kolombia mengungkapkan pandangan yang masih sangat tradisional dan biner mengenai peran gender, karakteristik fisik, dan ekspektasi perilaku bagi laki-laki dan perempuan, di mana terdapat nuansa tragedi (*nuance of tragedy*) dalam peran dan relasi gender perempuan yang menunjukkan bagaimana performativitas feminitas diinternalisasi sebagai subordinasi (Ramírez et al., 2023). Dalam konteks media digital, analisis terhadap *self-objectification* di kalangan *influencer* teratas di Spanyol menunjukkan bahwa objektifikasi diri lebih dominan pada perempuan dibandingkan laki-laki, dengan korespondensi signifikan terhadap persepsi diri terhadap profesi dan usia terutama pada Generasi Z di mana *influencer* perempuan yang mempersepsikan diri dalam profesi yang mengandalkan penampilan fisik seperti model atau aktris cenderung lebih mengobjektifikasi tubuh mereka, sementara laki-laki yang menekankan aspek profesional seperti pengusaha atau *youtuber* justru tidak menggunakan seksualisasi diri melainkan menampilkan kesuksesan dan pengakuan sosial (Rodríguez & Establés, 2023). Pola ini menegaskan bahwa internalisasi maskulinitas beroperasi melalui pencapaian profesional dan otonomi, sedangkan feminitas diinternalisasi melalui daya tarik fisik dan presentasi tubuh yang seksi. Platform Instagram secara struktural memperkuat dikotomi ini melalui logika keterlibatannya yang secara preferensial mempromosikan konten yang menampilkan gender dalam bentuk biner dengan tubuh yang kurus atau atletis, sehingga norma-norma tradisional gender dan tubuh terus dipertahankan dan diperkuat (Flores & Sepúlveda, 2025). Meskipun Instagram menawarkan potensi untuk merepresentasikan keragaman femininitas melalui *visibility politics*, potensi tersebut secara simultan dibatasi oleh konvensi kecantikan yang diidealkan dan politik popularitas yang memprioritaskan konten normatif (Caldeira, 2021). Transformasi maskulinitas dalam *reality show* Indonesia menunjukkan bahwa meskipun televisi masih mempertahankan representasi maskulinitas tradisional sebesar 65%, platform digital seperti TikTok menunjukkan proporsi ekspresi emosional (42%) dan kreatif (45%) yang lebih tinggi, mengindikasikan bahwa dikotomi performativitas maskulinitas-feminitas mulai mengalami negosiasi ulang di ruang digital (Sonni et al., 2025). Analisis *momfluencer* di Instagram menunjukkan bahwa semakin besar jangkauan (*follower count*), semakin kuat kecenderungan untuk mengadopsi representasi keibuan yang lebih konformis dan dapat dipasarkan, mengindikasikan bagaimana performativitas feminitas maternal diinternalisasi dan dikomodifikasi oleh dinamika ekonomi platform (Lück-Benz et al., 2026). Secara keseluruhan, dikotomi performativitas maskulinitas dan feminitas dalam citra tubuh beroperasi melalui mekanisme internalisasi yang kompleks dari objektifikasi diri di media sosial, stereotipifikasi dalam iklan dan video game, hingga sosialisasi biner dalam institusi pendidikan (Dar & Bano, 2023; Ramírez et al., 2023). Yang secara kolektif membentuk dan membatasi ekspresi identitas gender dalam kerangka normatif yang memprivilegikan maskulinitas hegemonik dan feminitas yang diidealkan.

Penutup

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa representasi gender dalam konten citra tubuh di TikTok selama periode 2021–2026 mencerminkan dinamika yang sangat

kompleks antara kecanggihan teknologi algoritma dan persistensi stereotip gender tradisional yang mengakar. Melalui analisis bibliometrik dan tinjauan sistematis, terlihat adanya pertumbuhan signifikan dalam diskursus ilmiah yang menyoroti bagaimana algoritma TikTok berperan besar dalam membentuk konstruksi identitas dan standar kecantikan yang sering kali bias secara gender. Kritik feminis mengungkapkan bahwa meskipun platform ini menawarkan ruang ekspresi yang luas, narasi media digital di dalamnya masih kerap terjebak dalam bingkai budaya yang memojokkan status perempuan serta memperkuat seksisme sistemik, bahkan jika dibandingkan dengan platform lain seperti Instagram. Fenomena dikotomi performativitas juga memperjelas adanya internalisasi maskulinitas dan feminitas yang kaku, yang berdampak langsung pada cara individu mempersepsikan tubuh mereka di ruang siber. Sebagai rekomendasi ke depannya, sangat krusial bagi peneliti, pengembang kebijakan, dan platform teknologi untuk melakukan audit algoritma secara berkala guna mengurangi bias gender yang merugikan, serta memperkuat literasi digital yang berfokus pada dekonstruksi standar kecantikan toksik. Selain itu, diperlukan intervensi lintas disiplin untuk menciptakan ekosistem media sosial yang lebih inklusif dan suportif terhadap keragaman citra tubuh tanpa tekanan performativitas gender yang sempit.

Daftar Pustaka

Akram, M., & Nasar, A. (2023). A Bibliometric Analysis Of Radicalization Through Social Media. Ege Akademik Bakis (Ege Academic Review). Https://Doi.Org/10.21121/Eab.1166627

Aydin, G. A., Yardibi, F., Aydın, Ş., Güdekli, İ. A., Aksoy, E., & Hoştut, S. (2024). Gender And Advertising: A 50-Year Bibliometric Analysis. Journal Of Advertising, 54(3), 411–431. Https://Doi.Org/10.1080/00913367.2024.2343291

Bavikatty, A. (2022). Tiktok, Body Image, And Eating Behavior: An Analysis Of College-Age Women. Deep Blue (University Of Michigan). Https://Doi.Org/10.7302/6466

Beckers, K., Van Dijk, R. E., Van Aelst, P., & De Swert, K. (2024). A Long March Toward Equality: Predicting The Presence Of Women In Television News. Journalism And Mass Communication Quarterly, 101(2), 477–499. Https://Doi.Org/10.1177/10776990231211806

Blum, I. H. (2024). "Facebook Is A Bit Like A Lost Cause": Social Movement Actors' Perspectives On Social Media Affordances. Research Portal Denmark, 133–134. Https://Local.Forskningsportal.Dk/Local/Dki-Cgi/Ws/Cris-Link?Src=Cbs&Id=Cbs-1a7ae299-Cac0-4b64-8487-24ac291663c0&Ti= 1cfacebook Is A Bit Like A Lost Cause 1d %3a Social Movement Actors 19 Perspectives On Social Media Affordances

Caldeira, S. P. (2021). "It's Not Just Instagram Models": Exploring The Gendered Political Potential Of Young Women's Instagram Use. Media And Communication, 9(2), 5–15. Https://Doi.Org/10.17645/Mac.V9i2.3731

Chitra, K. R., & Senthilkumar, N. (2023). Gender Representations And Portrayal Of Adults In Children's Television Advertising: Content Analysis Of Prime Cartoon Channels In India. Frontiers In Psychology, 14. Https://Doi.Org/10.3389/Fpsyg.2023.1234678

Dar, S. R., & Bano, S. (2023). A Discursive Exploration Of Gender In Primary Textbooks

Of English In Pakistan. International Journal Of Comparative Education And Development, 25(1), 54–68. Https://Doi.Org/10.1108/Ijced-06-2022-0046

De La Torre-Sierra, A. M., & Guichot-Reina, V. (2025). Women In Video Games: An Analysis Of The Biased Representation Of Female Characters In Current Video Games. Sexuality And Culture, 29(2), 532–560. Https://Doi.Org/10.1007/S12119-024-10286-0

Dias, P., & Tavares, R. (2021). Gender Representation In Tv Advertising For Children: Children's Perceptions And Advertising Literacy. Comunicacao Midia E Consumo, 18(53), 510–533. Https://Doi.Org/10.18568/Cmc.V18i53.2386

Flores, A. M. M., & Sepúlveda, R. (2025). Instagram And #Wellness: Uncovering Gender And Body Patterns. Media And Communication, 13. Https://Doi.Org/10.17645/Mac.8776

Habibatul, M. H., & Riswandari, N. (2025). Makna Etika Komunikasi Non Verbal Generasi-Z Di Tiktok: Analisis Interaksi Simbolik Dalam Perilaku Digital.

Kascelan, B., Katanic, B., Govindasamy, K., Geantă, V. A., Băltean, A. I., Mitrovic, M., & Masanovic, B. (2025). Gender-Based Equality In Sport And Women's Presence In Sport And Sports Leadership Structures Matrix 1.0 Nation Reports: A Protocol For National And Global Annual Report. Frontiers In Sports And Active Living, 7. Https://Doi.Org/10.3389/Fspor.2025.1598593

Limniou, M., Duckett, H., & Mitchell, E. T. (2025). Tiktok Fitspiration And Fitness Ideal Internalisation: Gender Differences In Self-Esteem And Body Satisfaction. Frontiers In Psychology, 16. Https://Doi.Org/10.3389/Fpsyg.2025.1578510

López, N. V., Boluda, I. K., Mora, E., & Riquelme, I. P. (2023). A Bibliometric Analysis Of Virtual Influencers In The Web Of Science. Journal Of Marketing Analytics. Https://Doi.Org/10.1057/S41270-023-00262-2

Lück-Benz, J., Wegener, C., Adlung, S., & Jage-D'aprile, F. (2026). Motherhood Curated: A Content Analysis Of Momfluencer Representations By Audience Size. European Journal Of Communication. Https://Doi.Org/10.1177/02673231261416007

Mazières, A., Menezes, T., & Roth, C. (2021). Computational Appraisal Of Gender Representativeness In Popular Movies. Humanities And Social Sciences Communications, 8(1). Https://Doi.Org/10.1057/S41599-021-00815-9

Porath, W., Vergara, E., Labarca, C., Gómez-Lorenzini, P., & Ortega-Gunckel, C. (2024). The Representation Of Women In Chilean Advertising: Changes And Continuities In The Context Of The Establishment Of A Consumer Culture (1980–2013). Bulletin Of Latin American Research, 43(5), 390–402. Https://Doi.Org/10.1111/Blar.13596

Poteko, K., & Bartoluci, S. (2026). Unpacking The Paris 2024 Paralympic Games: A Comparative Analysis Of Media Representations In Slovenia And Croatia. Communication And Sport, 14(1), 381–403. Https://Doi.Org/10.1177/21674795251330485

Quirós-Ramírez, A. C., & Almansa-Martínez, A. (2024). Differential Approach To Analyzing Gender Campaigns In The Newspaper Eltiempo, Colombia. Cuadernos.Info, 58, 161–183. Https://Doi.Org/10.7764/Cdi.58.68121

Ramírez, L., Palacios-Espinosa, X., Ferroni, P., & Beltrán, C. A. (2023). Social Representations Of Gender: A Contextual Construction In Schools. Revista Colombiana De Psicologia, 32(2), 65–84. Https://Doi.Org/10.15446/Rcp.V32n2.102351

Rapanot, C. E., Paragas, F., Mangalus, M., Hoggang, C. F., & Agonos, M. J. (2021). Reading Gender By The Column Inch: Analyzing Gender Representation In Philippine Print Advertisements. Plaridel, 18(1), 265–293. Https://Doi.Org/10.52518/2021.18.1-04rpahm

Rejeb, A., Rejeb, K., Appolloni, A., & Treiblmaier, H. (2023). Foundations And Knowledge Clusters In Tiktok (Douyin) Research: Evidence From Bibliometric And Topic Modelling Analyses. Multimedia Tools And Applications, 83(11), 32213–32243. Https://Doi.Org/10.1007/S11042-023-16768-X

Riedl, A. A., Rohrbach, T., & Krakovsky, C. (2024). "I Can't Just Pull A Woman Out Of A Hat": A Mixed-Methods Study On Journalistic Drivers Of Women's Representation In Political News. Journalism And Mass Communication Quarterly, 101(3), 679–702. Https://Doi.Org/10.1177/10776990211073454

Rodríguez, C. L., & Establés, M.-J. (2023). Undressed To Succeed? Content Analysis Of Self-Objectification Of Influencers In Spain. Revista De Comunicación, 22(2), 271–297. Https://Doi.Org/10.26441/Rc22.2-2023-3193

Sonni, A. F., Putri, V. C. C., Akbar, M., & Irwanto, I. (2025). Platform-Specific Masculinities: The Evolution Of Gender Representation In Indonesian Reality Shows Across Television And Digital Media. Journalism And Media, 6(1). Https://Doi.Org/10.3390/Journalmedia6010038

Wang, P. (2022). Recommendation Algorithm In Tiktok: Strengths, Dilemmas, And Possible Directions. International Journal Of Social Science Studies, 10(5), 60. Https://Doi.Org/10.11114/Ijsss.V10i5.5664

Yahya, M. A., & Mammadzada, H. (2024). Targeting Generation Z: A Systematic Literature Review (Slr) And Bibliometric Analysis For Effective Marketing. Dergipark (Istanbul University). Https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Jopem/Issue/85649/1480409

Yuliarti, M. S. (2025). New Media And Gender: Representation Of Reproductive Justice In Indonesian Websites (Konde.Co And Magdalene.Co). Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal Of Communication, 41(4), 443–460. Https://Doi.Org/10.17576/Jkmjc-2025-4104-24