

Analisis Wacana Kritis Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba dalam Media Sosial Tiktok dan Twitter

Nara Garini Ayuningrum¹, Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita²

¹⁻²Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: ¹naragarini@untag-sby.ac.id, ²citraparamita@untag-sby.ac.id

Abstract

The terms Cewek Kue, Cewek Bumi and Cewek Mamba are currently massively heard on social media Tiktok and Twitter. This term was popularized by Tiktok users @javamassie and refers to the dominance of colors used by women on the outfits worn. This term was originally only used among Tiktok users, but after reaching 3 million viewers on the videos he uploaded on Tiktok, this term then spread on another social media, namely Twitter. The users of the Tiktok and Twitter accounts then began to identify themselves as Cewek Kue, Cewek Bumi or Cewek Mamba by using similar captions "so it turns out that so far w is a wkwk earth girl" based on the outfits they use. This becomes interesting when this identification is pinned by the owner of the @javamassie account who is a man, to female Tiktok and Twitter users for using the word "cewek". The use of language cannot be judged as it is, nor can the use of the terms cewek kue, cewek bumi and cewek mamba. This study uses Norman Fairclough's critical discourse analysis to see how the term influences gender discourse in social practice. The result of this research is that social media no longer builds its own reality, no longer forms its own virtual world, but at that time the virtual world and reality are intertwined with each other. The discourse present in social media can no longer be underestimated, what happens in social media, no longer stays in social media. Discourse that is present and moves in social media also influences discourse in reality life. Social media is no longer a safe place and an intact public space, when the practice of power persists.

Keywords: Tiktok; Twitter; Critical Discourse Analysis; Gender; Norman Fairclough

Abstrak

Istilah dari Cewek Bumi, Cewek Mamba, Dan Cewek Kue, saat ini masif terdengar di media sosial Tiktok dan Twitter. Istilah ini dipopulerkan oleh pengguna Tiktok @javamassie dan merujuk pada dominasi warna yang digunakan oleh perempuan pada outfit yang dikenakan. Istilah ini awalnya hanya digunakan di tengah kalangan pengguna Tiktok saja, namun setelah meraih 3 juta *viewers* pada video yang ia unggah di Tiktok, istilah ini kemudian merambat pada media sosial lain yaitu Twitter. Para pengguna akun Tiktok dan Twitter kemudian mulai mengidentifikasi diri sebagai Cewek Mamba, Cewek Kue atau Cewek Bumi dengan menggunakan *caption* sejenis "jadi ternyata selama ini w adalah cewe bumi wkwk" berdasarkan dari outfit yang mereka gunakan. Hal ini menjadi menarik ketika identifikasi ini disematkan oleh pemilik akun @javamassie yang adalah seorang laki-laki, kepada perempuan pengguna Tiktok dan Twitter karena menggunakan kata "cewek". Penggunaan bahasa tidak bisa dinilai apa adanya, begitupula pada penggunaan istilah tersebut. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough untuk melihat bagaimana istilah ini mempengaruhi wacana gender dalam praktik sosial. Hasil dari penelitian ini adalah Media sosial tidak lagi membangun realitasnya sendiri, tidak lagi membentuk dunia maya nya sendiri, namun saat itu dunia maya dan realitas sudah berkelindan satu dengan yang lainnya. Wacana yang hadir dalam media sosial tidak lagi bisa diremehkan, what happen in social media, no longer stays in social media. Wacana yang hadir dan bergerak dalam media sosial turut mempengaruhi wacana dalam kehidupan realita. Media sosial tidak lagi menjadi *safe place* dan ruang publik yang utuh, ketika praktik kekuasaan tetap terjadi.

Kata Kunci: Tiktok; Twitter; Analisis Wacana Kritis; Gender; Norman Fairclough

PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial yang masif belakangan dinilai mampu membentuk sebuah budaya atau tatanan kehidupan bermasyarakat yang baru. Masyarakat, khususnya di Indonesia, menggunakan media sosial tidak lagi hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga membangun “kehidupan baru” disana. Media sosial tidak lagi hanya menjadi sarana berbagi, tetapi juga menjadi tempat untuk membangun citra diri, bahkan sumber penghasilan. Tidak dapat dihindari, media sosial menjadi “pusat kehidupan” atau bahkan “kehidupan sebenarnya”.

Media sosial dalam praktiknya menghasilkan berbagai wacana dan istilah baru. Sebut saja cewek kue, cewek bumi dan cewek mamba, pada penelitian ini disingkat menjadi “CK, CB, dan CM” yang populer di kalangan pengguna tiktok dan twitter. Istilah ini merujuk pada gaya berpakaian perempuan yang menggunakan dominasi warna-warna tertentu. Istilah ini dipopulerkan oleh pengguna tiktok @javamassie. Dalam unggahan akun tiktoknya, ia menjelaskan arti dari istilah CK, CB, dan CM yang ia gunakan. Dengan 4665 pengikut yang ia miliki, sontak istilah-istilah ini mendapat banyak tanggapan. Hingga saat ini, unggahannya mengenai CK, CB, dan CM sudah meraih hingga 3 juta *viewers* di tiktok. Hal ini

menunjukkan perhatian yang masif pengguna tiktok terhadap istilah ini. Di sisi lain, istilah CK, CB, dan CM tidak hanya dikenal dan digunakan oleh para pengguna tiktok, namun sudah merambat pada media sosial twitter. Pengguna twitter juga ramai memperbincangkan mengenai istilah-istilah ini. Berbeda dengan tiktok yang fitur utamanya adalah membagikan video, di twitter para pengguna nya merespon istilah-istilah ini dengan mengunggah foto-foto *outfit* yang mereka kenakan sesuai dengan arti dari istilah tersebut.

Masifnya respon atas penggunaan istilah ini melahirkan berbagai jenis unggahan baik melalui tiktok maupun twitter. Unggahan video atau foto yang memperlihatkan penggunaanya, terutama perempuan dengan *outfit-outfit* yang mereka gunakan, mereka mulai mengidentifikasi dirinya sesuai dengan istilah ini yang diungkapkan oleh pengguna tiktok @javamassie. *Caption* seperti “oh ternyata jiwa gue cewe bumi” pada unggahan akun tiktok @diantyannisa, “jadi ternyata selama ini w adalah cewe bumi wkwk” pada unggahan akun twitter @riagnescs, dan *caption-caption* sejenis menunjukkan bahwa selama ini mereka tidak mengaitkan identitas diri melalui cara berpakaian pada istilah apapun, sebelum istilah cewek bumi hadir “*it has always carried with it a sense*

of all that the people stand for, their belief, their cultural heritage, their experience, in fact, their identity” (Awojodu, 2019). Fashion atau cara berpakaian seseorang selalu menjadi bagian dari identitas mereka. Cara berpakaian tidak hanya menunjukkan referensi seseorang terhadap fashion, tapi juga menunjukkan karakter, kelas sosial dan berbagai hal yang melekat pada dirinya (Damhorst, 1985). Cara berpakaian bahkan dapat menunjukkan kelompok mana yang sesuai dan tidak sesuai, *“people use style of dress and physical appearance to communicate their membership within those groups”* (Lower, 2018:8).

Tidak hanya itu, cara berpakaian seseorang diyakini merupakan tanda kepada orang lain, bagaimana mereka ingin dilihat baik secara sadar maupun tidak sadar (Lower, 2018). Dapat disimpulkan bahwa cara berpakaian tidak hanya merujuk pada bagaimana seseorang menggunakan pakaian untuk mendukung kegiatannya sehari-hari, tetapi lebih dari itu. Cara berpakaian menunjukkan berbagai bagian, dari kelas sosial hingga karakter penggunanya.

Hadirnya istilah cewek bumi, cewek mamba dan cewek kue menghasilkan sebuah definisi baru. Mereka yang seringkali menggunakan *outfit* dengan dominasi warna pastel (hijau, coklat, krem dan warna-warna

subtle lainnya) akan mengidentifikasi dirinya sebagai cewek bumi. Begitupula mereka yang seringkali menggunakan *outfit* dengan dominasi warna cerah (merah, kuning, pink dan warna-warna mencolok lainnya) akan mengidentifikasi dirinya sebagai CK atau cewek kue, dan mereka yang seringkali menggunakan *outfit* dengan dominasi warna gelap (hitam, biru, dan abu-abu) akan mengidentifikasi dirinya sebagai cewek mamba. Seperti yang sudah dituliskan sebelumnya, bahwa para perempuan ini banyak yang baru mengidentifikasi diri dan mengaitkan identitas diri mereka kepada istilah ini.

Seperti yang dituliskan oleh Barker (2018:71) “bahasa adalah sarana dan media di mana kita membangun pengetahuan tentang diri kita dan tentang dunia sosial”. Menggunakan bahasa, masyarakat khususnya para pengguna sosial tiktok dan twitter mulai mengidentifikasi diri mereka sesuai dengan wacana yang beredar. Identitas sebagai bagian dari konstruksi sosial, diberikan kepada para perempuan ini sesuai dengan cara berpakaian mereka. Penggunaan bahasa tidak bisa dimaknai apa- adanya. Sifatnya yang mengkonstruksi makna (Barker, 2018) mempengaruhi makna apa yang dapat dan tidak dapat digunakan, bahkan siapa yang mengatakannya pun “diatur” dalam

penggunaan bahasa.

Penelitian sebelumnya terkait analisis wacana di media sosial twitter yang berjudul Analisis Wacana Kritis Komentar Seksual dalam Media Sosial Twitter Laki-laki Berekspresi Gender Feminin oleh Nara Garini Ayuningrum (2021), menemukan bahwa siapapun yang berekspresi gender feminin akan diperlakukan sama. Mereka yang berekspresi gender feminin akan selalu menjadi target dominasi melalui cara apapun.

Dalam penelitian Ayuningrum (2021) dijelaskan bahwa dominasi yang terjadi berakibat dari adanya ideologi patriarki yang masih mengakar kuat ditengah masyarakat. Sehingga siapapun yang bergender feminin akan didislipinkan tingkah lakunya melalui sanksi-sanksi sosial yang dilakukan melalui media sosial twitter. Penelitian ini secara spesifik meneliti kekerasan gender berbasis online terhadap laki-laki berekspresi gender feminin. Penelitian selanjutnya berjudul Analisis Wacana Kritis Fairclough pada Konten Game FF dan PUBG di Media Tiktok oleh Bayu Aji Sastra Jendra (2021), penelitian ini menganalisis teks yang berhubungan dengan game FF dan PUBG dari pengguna tiktok yang mengunggah konten-konten yang berhubungan dengan kedua game ini. Jendra (2021) menganalisis video, audio dan teks yang ada pada 6 akun

tiktok. Penggunaan metode analisis wacana kritis milik Norman Fairclough, Jendra (2021) menemukan bahwa segala video, audio dan teks yang digunakan oleh ke 6 akun tiktok yang ia teliti bertujuan untuk merubah perilaku para pengikutnya. Hal ini dikarenakan adanya “persaingan” antara pemain game FF dan PUBG. Dengan menggunakan analisis wacana kritis, Jendra (2021) menekankan bahwa masing-masing pemilik akun menggunakan kuasanya untuk membentuk wacana yang ia inginkan. Melalui penelitian ini, penulis mendapatkan referensi terkait dengan pengaplikasian metode analisis wacana kritis Norman Fairclough, juga melihat bagaimana wacana mempengaruhi para pengguna akun media sosial tiktok. Penyematan istilah tersebut, menjadi menarik karena istilah ini disematkan kepada perempuan oleh laki-laki dalam akun tiktok @javamassie. Dalam akun tiktoknya ia menampilkan “contoh-contoh” penggunaan outfit yang ia kategorikan sebagai CK, CB, dan CM. Dalam bukunya, Foucault (1976) menjelaskan bagaimana tubuh menjadi salah satu arena kekuasaan. Dengan memberikan pemaknaan dan definisi secara khusus kepada cara berpakaian perempuan, adalah salah satu bentuk pendisiplinan tubuh perempuan yang lain, “...*the acceptability of their choices is regulated and disciplined by this permanent judgement and gaze*” (Jansens, 2019). Tiktok dan twitter, sebagai hasil

produk budaya populer menjadi salah satu media untuk menormalisasi dan atau melanggengkan wacana tersebut. Tiktok dan twitter yang dianggap sebagai salah satu media hiburan, bukan sebagai pencari informasi, diremehkan keberadaan dan penggunaannya, sehingga tidak banyak orang berpikir pengaruh besar yang ditimbulkan oleh penggunaan 2 aplikasi ini. Indonesia sendiri tercatat sebagai pengguna tiktok nomor dua¹ dan pengguna twitter nomor 5² terbesar di dunia. Menurut Pratiwi dan Chasana (2023) menuliskan bahwa topik yang dibagikan melalui Twitter seringkali menjadi *trending* dimasyarakat dikarenakan media sosial Twitter memiliki pengikut dengan jumlah yang tidak terbatas karena semua orang dapat membalas dan mempublikasikan topik tanpa harus menjadi pengikut atau *followers*. Bahkan orang-orang yang tidak memiliki akun dalam Twitter jika ingin membuka media sosial tersebut tetap dapat dilakukan dan beraktivitas disana. Hal tersebut juga berlaku pada TikTok.

Dengan menggunakan 2 media sosial ini, penelitian ini akan berusaha membaca bagaimana wacana yang beredar ditengah pengguna tiktok dan twitter pada istilah CK, CB, dan CM.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis (AWK)

karena mampu fokus terhadap sebuah wacana, bukan hanya studi tentang bahasa yang hanya berkenaan pada aspek kebahasaannya, melainkan juga difokuskan pada konteksnya (Eriyanto, 2000). *“From the point of view of critical discourse analysis, the use of language is always tied to existing power structures, in which some actors have more influence to provide definitions and meanings to ideologies”* (Wartiovaara, 6:2020). Analisis wacana kritis adalah jenis penelitian analisis wacana yang lebih dititik beratkan pada kajian bagaimana penyalahgunaan kekuasaan, dominasi, dan ketidaksetaraan dibuat, diproduksi, dan ditolak melalui lisan atau teks di dalam konteks sosial dan politik. (Fauzan, 2014).

Adapun pendekatan AWK berfokus pada peran wacana dalam produksi dan reproduksi dominasi serta tantangan terhadapnya, atau *the role of discourse in the (re)production and challenge of dominance* (Van Dijk, 1993). *“Discourse not only reflect reality but also actively construct it”* (Fairclough, 1992:1). Analisis wacana kritis mampu melihat efek kekuasaan dan wacana- wacana kritis tanpa menggeneralisasikan pada konteks lain, *“texts as element of social events have causal effect... Most immediately, texts can bring about changes in our knowledge (we can learn things from them), our beliefs, our attitudes, values, and so forth”* (Fairclough, 2003:8).

Penelitian ini khususnya akan menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Diskursus menurut Fairclough mempunyai peran dalam konstruksi identitas sosial, relasi sosial dan sistem pengetahuan dan makna (Munfarida, 2014). Untuk itu diskursus memiliki 3 fungsi yakni, 1) yang pertama fungsi identitas, pada fungsi ini menegaskan peran diskursus dalam mengkonstruksi identitas sosial pada anggota masyarakat; 2) yang kedua fungsi *relational*, berkaitan dengan keberadaan diskursus yang berfungsi untuk menciptakan relasi sosial di dalam masyarakat yang juga disesuaikan dengan identitas sosialnya; dan 3) fungsi ideasional, pada fungsi ini peran diskursus dalam mengkonstruksi pengetahuan dan keyakinan menjadi sumber referensi bagi masyarakat untuk memaknai dunia, identitas sosial dan relasi sosial.

Wacana adalah praksis sosial fokusnya lebih mengarah untuk menganalisis institusi, organisasi, relasi kelompok, struktur, proses sosial-politik untuk dipelajari pada tingkat wacana, komunikasi dan interaksi (Haryatmoko, 2017:23). Analisis wacana kritis juga memadukan serta menjelaskan hubungan antara struktur wacana dan struktur masyarakat. Dengan memperhitungkan proses semiosis itu, analisis wacana kritis menurut Fairclough, perlu memperhatikan 3 dimensi (Haryatmoko, 2017:23):

1. Teks, yaitu semua hal yang mengacu pada wicara, tulisan, grafik, dan kombinasinya atau semua bentuk linguistik teks. Dalam dimensi ini, perlu dilakukan pendekatan linguistik yang mencakup bentuk formal seperti tata bahasa, kosakata dan struktur tekstual.
2. Praktik diskursif, yaitu semua bentuk produksi dan konsumsi teks. Dalam proses ini terdapat proses menghubungkan produksi dan konsumsi teks atau sudah ada interpretasi.
3. Praksis sosial, terdapat dalam tujuan, jaringan dan praksis budaya sosial yang luas. Dalam proses ini dimulainya pemahaman intertekstual, peristiwa sosial dimana teks dibentuk oleh dan membentuk praksis sosial.

Penelitian ini juga akan menggunakan metode wawancara sebagai data sekunder. Hal ini dirasa perlu mengingat perlunya pengalaman langsung dari pengguna Tiktok dan Twitter yang mengikuti *trend* ini. Wawancara ini juga akan memperkaya dan memperkuat hasil dan kesimpulan dari penelitian karena ikut terlibat secara langsung dalam wacana ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan istilah cewek bumi, cewek kue dan cewek mamba yang awalnya digunakan dan dibentuk melalui media sosial Tiktok, pada praktiknya

merambah hingga media sosial lain, salah satunya adalah Twitter. Pada awal istilah ini dibentuk, yaitu pada Juni 2022, melalui fitur *advanced search* pada media sosial Twitter diketahui bahwa para penggunanya dikenalkan oleh istilah ini melalui akun @jajan_with_me. Seperti namanya, akun ini dibentuk untuk mempromosikan *link* afiliator yang digunakan oleh pemilik akun untuk mendapatkan komisi dari pengguna yang menggunakan linknya untuk membeli barang.

Setelahnya muncul berbagai respon dari pengguna media sosial Twitter, yang didominasi dengan kebingungan terhadap definisi dari istilah cewek bumi, cewek kue dan cewek mamba. Kebingungan ini kemudian terjawab ketika para pengguna media sosial tiktok yang sekaligus pengguna media sosial Twitter, menjelaskan pengertian dari istilah ini. Viralnya istilah ini kemudian membuat media sosial Twitter turut meramaikan penggunaan istilah ini. CK, CB, dan CM tidak hanya digunakan di tiktok, tapi juga di twitter hingga belakangan juga digunakan oleh para pengguna instagram. Berbagai jenis macam cuitan dan unggahan sebagai respon dari adanya istilah ini menunjukkan bahwa para pengguna media sosial twitter turut berperan dalam wacana istilah-istilah ini. Dalam rentang waktu yang ditentukan,

penulis mencoba menganalisis wacana-wacana yang bergerak melalui unggahan dan cuitan para pengguna media sosial twitter terhadap istilah CK, CB, dan CM ini.

1. Kontrol atas tubuh.

Beberapa cuitan yang diunggah melalui media sosial Twitter sebagai respon terhadap munculnya label ini menunjukkan adanya upaya untuk mengidentifikasi dirinya sesuai dengan istilah cewek mamba, cewek bumi, dan cewek kue. Cuitan yang mereka unggah menunjukkan keraguan mereka terhadap kategori istilah mana yang sesuai dengan gaya berpakaian yang mereka miliki. Dalam tesis yang ditulisnya, Awojodu (2018) beranggapan bahwa gaya berpakaian seseorang tidak lagi hanya menjadi cara untuk mengkomunikasikan karakter, kelas sosial dan hal-hal semacamnya, tapi juga menjadi cara mempersalahkan orang lain untuk menilai mereka dan meyakinkan diri mereka sendiri bagaimana karakter yang mereka miliki.



Gambar 1. Cuitan akun @tarimaloka Sumber:

<https://twitter.com/tarimaloka/status/1538291611871813633>



Gambar 2. Cuitan akun @owrait. Sumber: <https://twitter.com/owrait/status/1538178058200686592>

Istilah tersebut kemudian menjadi acuan bagi para pemilik cuitan untuk mengidentifikasi dirinya karena masifnya peredaran wacana ini. Seperti yang tertulis dalam cuitan @tarimaloka “mungkin ini aku termasuk cewek mamba, bumi dan kue” dan cuitan @owrait “mamba tp ga *full black*, bumi paling sering, kue jarang bgt”. Dalam wawancara yang penulis lakukan dengan narasumber pertama mengatakan, awalnya dirinya tidak mengidentifikasi diri dengan istilah tersebut. Menurutnya gaya berpakaianya memang seperti itu bahkan sebelum muncul istilah-istilah ini, namun ketika istilah ini muncul dan orang-orang disekitarnya menjulukinya dengan cewek kue, ia merasa senang-senang saja. Baginya tidak ada yang merugikan dari julukan itu. Begitupula dengan narasumber kedua, awalnya ia tidak mendefinisikan gaya berpakaianya dengan istilah tertentu, namun setelah munculnya istilah ini, ia mulai mengidentifikasi dirinya dengan istilah cewek bumi, yang

menurutnya paling sesuai dengan gaya berpakaianya.

Dalam unggahan tiktok di bawah ini juga menunjukkan bagaimana para perempuan mulai didefinisikan sesuai dengan gaya berpakaianya, seperti caption yang ditulis pemilik akun tiktok @shinta_tata12 “kalian tipe cewe yang mana ni?”



Gambar 3. Unggahan akun tiktok @shinta_tata12
Sumber: https://www.tiktok.com/@shinta_tata12/video/7115280245703413019?_r=1&_t=8W8OyTOiEPy&is_from_webapp=v1&item_id=7115280245703413019



Gambar 4. Unggahan akun tiktok @mnbeauty01
Sumber: https://www.tiktok.com/@mnbeauty01/video/7116873752557702427?_r=1&_t=8W8fgPgKooz&is_from_webapp=v1&item_id=7116873752557702427



Gambar 5. Unggahan akun tiktok @whizliz.com
Sumber:
[https://www.tiktok.com/@whizliz.com/video/7120536972585602330](https://www.tiktok.com/@whizliz.com/video/7120536972585602330? r=1& t=8W8gEaRxOJm&is_from_w ebapp=v1&item_id=7120536972585602330)

Atau konten tiktok yang diunggah oleh @mnbeauty01 dan @whizliz.com “macam- macam cewek”, konten ini seakan menunjukkan bahwa gaya berpakaian perempuan hanya didefinisikan oleh ketiga istilah itu saja. Michel Foucault (1980b) dalam bukunya mengatakan bahwa upaya pendefinisian gaya berpakaian perempuan yang dilakukan oleh @javamassie adalah sebuah bentuk disiplin tubuh. Dengan membentuk sebuah wacana melalui kekuasaan yang ia miliki, @javamassie berusaha untuk mengendalikan bagaimana gaya berpakaian perempuan.

Bagi Foucault (1980b) kuasa tidak lagi hanya dimiliki oleh sekelompok orang-orang yang dominan, tapi juga tersebar dalam masyarakat, “...*he descibed power as dispersed throughout society, inherent in social relationships, embedded in a network of practices, institutions, and technologies – operating on all of the “microlevels” of everyday life*” (Plypa, 1998). Dengan memiliki jumlah *followers* dan *likes* yang banyak, sosok @javamassie menjadi perhatian, khususnya bagi sesama pengguna media sosial tiktok. Setidaknya, konten tiktok yang ia unggah pernah berada di *for you*

page atau beranda akun pengguna media sosial tiktok lainnya. Hal ini menjadikan @javamassie seakan memiliki kuasa atau dengan mudah membentuk wacana ditengah masyarakat.

Disiplin tubuh yang dilakukan oleh @javamassie tanpa disadari untuk membentuk tubuh yang patuh, yang sesuai dengan standar masyarakat, “*to discipline the body, optimize its capabilities, extort its forces, increase its usefulness and docility, integrate it into systems of efficient and economic controls*” (Foucault, 139:1980a). Dengan membentuk sebuah standar gaya berpakaian perempuan, akan lebih mudah mengontrol tingkah laku, bahkan keinginan perempuan.

2. *Stereotyping*

Seperti yang sudah diketahui bahwa istilah CK, CB, dan CM dikenalkan oleh akun tiktok @javamassie atau yang memiliki nama asli Javanno. Seperti pengguna tiktok yang lain, Javanno membuat konten yang beraneka macam, salah satunya adalah istilah ini. Javanno sebagai laki-laki di Indonesia, yang menjadi bagian dari mayoritas, memiliki dominasi dan merasa berhak mengkotak- kotakkan perempuan melalui gaya berpakaianya. Ideologi patriarki yang sangat kental di Indonesia memberikan ruang dan kekuasaan kepada laki-laki untuk melakukan dominasi

terhadap gender dan jenis kelamin diluar dirinya.

Sebagai laki-laki, Javanno memiliki privilege untuk mengutarakan pendapatnya dan sebagai dominan, akan banyak pihak yang setuju dengan pendapat yang Javanno sampaikan. Melalui “pengetahuan” dalam bentuk pendefinisian dan “hak cipta” atas istilah-istilah itu, Javanno mempraktikkan kekuasaannya. Dengan upaya normalisasi yang diungkapkan Foucault, individu tidak lagi merasa terpaksa untuk berpenampilan seperti identifikasi yang dikotakan dalam karakter cewek bumi, cewek mamba, dan cewek kue. Sebaliknya, wacana ini membentuk individu untuk menginginkan istilah itu menjadi identitas dirinya.

Pemberian definisi secara spesifik dari berbagai istilah ini, menunjukan bahwa adanya stereotip yang melekat pada gaya berpakaian perempuan. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber pertama, ia menceritakan bagaimana ibunya mendandani dia dengan pakaian-pakaian yang berwarna cerah dan feminin. Hal ini dilakukan oleh ibunya karena adanya pemahaman bahwa perempuan harus mengenakan pakaian dengan warna-warna yang cerah. Selain itu, adanya anggapan bahwa warna dan gaya berpakaian mencerminkan kepribadian seolah mendukung stereotip itu. Seperti yang dikatakan oleh narasumber pertama dan

kedua, gaya berpakaian mereka seolah menunjukkan karakter yang mereka miliki. Narasumber pertama merasa bahwa gaya berpakaian yang identik dengan warna cerah menggambarkan karakternya yang ceria.

Sedangkan narasumber kedua merasa, ia memilih menggunakan warna hijau, coklat muda dan pastel dalam gaya berpakaian karena tidak mau dinilai memiliki karakter yang ribet atau berlebihan. Hal tersebut juga tercermin dalam unggahan konten tiktok akun @leyladerina di bawah ini. Dalam kontennya, ia menunjukkan bagaimana karakter perempuan menurut gaya berpakaian ketika memesan minuman. Dalam kontennya ia menggambarkan bahwa cewek mamba cenderung memilih kopi hitam seperti americano, sedangkan cewek bumi cenderung memilih kopi dengan gula seperti kopi susu gula aren dan cewek kue cenderung memilih minuman tanpa kopi seperti red velvet. Hal ini menunjukan bahwa istilah ini melanggengkan stereotip itu, *“this desire to conform leads people to sustain their own oppression voluntarily, through self-disciplining and self-surveillance. Self-monitoring is achieved on two interacting levels: practice and discourse”* (Plypa, 1989).



Gambar 6. Unggahan akun tiktok @leyladerina
Sumber:

https://www.tiktok.com/@leyladerina/video/7114637890843397402?r=1&t=8W8OqnOXInF&is_from_we_bapp=v1&item_id=7114637890843397402

Gaya berpakaian sebagai salah satu sarana untuk mengekspresikan diri, kini menemui batasan-batasan lagi, khususnya bagi perempuan. Dengan masifnya penggunaan istilah ini menunjukkan adanya pelanggaran wacana pembatasan dan pengkategorian gaya berpakaian perempuan. Para perempuan khususnya pengguna aktif media sosial kini berlomba-lomba untuk masuk ke dalam istilah CK, CB, dan CM, “*it controls all aspects of life by creating pressure to conform to norms, and “individualizing”, because those who fall outside the norm are marked as deviant*” (Plypa, 1989). Para perempuan yang memiliki gaya berpakaian tidak sesuai dengan definisi cewek bumi, cewek kue atau cewek mamba akan dianggap aneh, “*by constructing conceptions of normality and deviance, power makes the norms appear moral or right and creates the desire to conform to these norms*” (Plypa, 1989).



Gambar 7. Cuitan akun @ohmybeautybank
Sumber:

<https://twitter.com/ohmybeautybank/status/1555755653326548992>



Gambar 8. Replies pada cuitan akun @ohmybeautybank
Sumber:

https://twitter.com/gfriend_fess/status/1537660059487858690

Adanya pernyataan diatas, menunjukkan bahwa perempuan juga berlomba-lomba untuk mencari identitasnya dimata masyarakat. Seperti yang ditulis oleh Paramita (2022) bahwa identitas perempuan seringkali lahir secara natural melainkan “dibentuk” karena Perempuan dianggap tidak dapat mewakili dirinya secara pribadi namun harus lahir

dari sebuah bentukan lingkungan sosialnya.

3. Wacana sebagai praktik sosial

Istilah cewek bumi, cewek kue, dan cewek mamba tidak hanya diketahui, digandrungi dan dipraktikkan oleh para pengguna media sosial tiktok dan twitter, tapi juga oleh pengguna media sosial lain seperti instagram. Lintas platform mungkin adanya gerakan masif, baik yang disebabkan maupun terhadap istilah itu sendiri. Mengingat awal mula istilah ini dikemukakan oleh pemilik akun @javamassie pada akun tiktok pribadinya, hingga mampu menyebar pada pengguna media sosial lain. Narasumber ketiga yang kami wawancarai, bahkan tidak mempunyai aplikasi media sosial tiktok. Ia mengetahui istilah ini dari media sosial instagram. Hal ini menunjukkan adanya wacana tersebut sebagai sebuah praktik sosial.

Haryatmoko (2017:4) dalam bukunya mengatakan bahwa wacana adalah sebuah praksis sosial yang terbentuk melalui interaksi simbolis, seperti dalam pembicaraan, tulisan, gambar, diagram, foto dan musik, “AWK tertarik pada cara bagaimana bahasa dan wacana digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan sosial, termasuk untuk membangun kohesi sosial atau perubahan-perubahan sosial” (Haryatmoko, 2017:4). Wacana

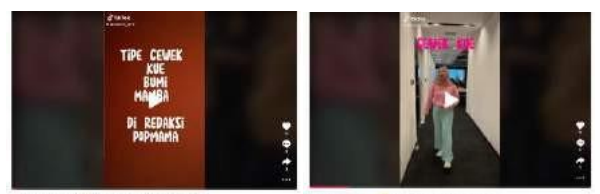
memiliki 4 unsur, yaitu: ada subjek yang mengatakan, kepada siapa disampaikan, dunia atau wahana yang mau direpresentasikan dan temporalitas atau konteks waktu (Ricoer, 2017). Keempat unsur inilah yang kemudian dikatakan Foucault bahwa wacana adalah sebuah praksis sosial karena wacana merupakan sebuah tindakan, “wacana bisa dianalisis dalam kerangka aktivitas, relasi sosial dan teknologi komunikasi. Maka ada aktivitas yang bentuk utamanya adalah wacana (kuliah, rapat, ibadah, wawancara) dan ada wacana hanya sebagai aktivitas penunjang (sepak bola, kerja bakti, membangun rumah)” (Haryatmoko, 2017:5). Melalui wacana, realita dibentuk dan mereka yang mempunyai kekuasaan dapat menggunakannya untuk mengontrol orang lain.



Gambar 9. Unggahan akun tiktok @whizliz.com

Sumber:

https://www.tiktok.com/@whizliz.com/video/71205362585602330?_r=1&t=8W8gEaRxOJm&is_from_webp=pv1&item_id=7120536972585602330



Gambar 10. Unggahan akun tiktok @popmama_com

Sumber: https://www.tiktok.com/@popmama_com/video/7122775755003596059?_r=1&t=8W8ghBAKMcL&is_from_webp

[pp=v1&item_id=7122775755003596059](#)

Istilah CK, CB, dan CM dalam praksis sosial terlihat dari unggahan akun tiktok @whizliz.com dan @popmama_com. Dalam kontennya, kedua akun tersebut memperlihatkan bagaimana gaya berpakaian yang dikenakan oleh para karyawan yang bekerja di kantor masing-masing, sesuai dengan definisi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa definisi gaya berpakaian ini dipraktikkan oleh banyak orang. Banyak konten-konten sejenis yang diunggah dalam media sosial tiktok.

Bagi Michael Foucault (1972), wacana bukanlah serangkaian kata atau penggunaan bahasa, melainkan serangkaian aturan atau sistem yang digunakan untuk mengatur dan mendisiplinkan tubuh, “*Discourses are more that ways of thinking and producing meaning. They constitute the ‘nature’ of the body, unconscious and conscious mind and emotional life of the subjects they seek to govern*” (Weedon, 1987:108).

Bagi Foucault (1972) wacana menjadi praksis sosial ketika dilakukan secara bersama- sama atau adanya gerakan yang masif, bukan ketika dilakukan secara individu. Sehingga dapat dikatakan bahwa istilah tersebut tidak lagi hanya bagian dari aktifitas daring yang dilakukan oleh para pengguna media sosial, namun juga sebagai upaya untuk mendisiplinkan tubuh

perempuan dengan segala macam definisi, pengertian dan pembatasan terkait dengan gaya berpakaian yang mereka gunakan, “....*discourse is how individuals relate to society and themselves*” (Sam, 2019). Begitupula dengan cuitan yang diunggah oleh @ikasalsabilaa dan @rimaaakk di bawah. Dalam cuitannya mereka mengakui dan mempraktikkan definisi cewek mamba dan cewek bumi dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 11. Cuitan akun @ikasalsabilaa
Sumber: <https://twitter.com/ikasalsabilaa/status/1538189483686117376>



Gambar 12. Cuitan akun @rimaaakk
Sumber: <https://twitter.com/rimaaakk/status/1540618077808668672>

KESIMPULAN

Media sosial diawal kehadirannya, bukanlah menjadi sesuatu yang luar biasa hingga dapat merubah dan mempengaruhi kehidupan seseorang. Namun saat ini, hal tersebut tidak lagi relevan. Media sosial berubah menjadi *real life* yang

mempengaruhi bahkan merubah kehidupan seseorang. Media sosial tidak lagi hanya menjadi tempat untuk berbagi dan mencari hiburan, namun juga menjadi tempat bahkan sumber penghasilan seseorang. Begitupula segala praktik yang terjadi di dalamnya. Media sosial tidak lagi membangun realitasnya sendiri, tidak lagi membentuk dunia maya nya sendiri, namun saat itu dunia maya dan realitas sudah berkelindan satu dengan yang lainnya.

Wacana yang hadir dalam media sosial tidak lagi bisa diremehkan, *what happen in social media, no longer stays in social media*. Wacana yang hadir dan bergerak dalam media sosial turut mempengaruhi wacana dalam kehidupan realita. Media sosial tidak lagi menjadi *safe place* dan ruang publik yang utuh, ketika praktik kekuasaan tetap terjadi. Melalui wacana cewek mamba, cewek bumi, cewek kue, lagi-lagi perempuan dikontrol atas tubuhnya dalam gaya berpakaian. Lagi-lagi perempuan dikelompokkan dan ditandai.

DAFTAR PUSTAKA

Damhorst, M. L. (1985). Meanings of Clothing Cues in Social Context. *Clothing and Textiles Research Journal*, 3(2), 39-48.

Fauzan, Umar. 2014. Analisis Wacana Kritis dari Model Norman

Fairclough hingga Mills. *Jurnal Pendidik*, 6(01).

- Jansens, Freya. (2019). Suit of Power: Fashion, Politics, and Hegemonic Masculinity in Australia. *Australian Journal of Political Science*, 54(2), 202-218.
- Munfarida, Elya. (2014) Analisis Wacana Kritis Dalam Perspektif Norman Fairclough. *Komunikka*, 8(1), 1-19.
- Plypa, Jen. (1998). Power and Bodily Practice: Applying the Work of Foucault to an Anthropology of the Body. *Arizona Anthropologist* #13, 21-36.
- Sam, Cecile. H. (2019). Shaping Discourse Through Social Media: Using Foucauldian Discourse Analysis to Explore the Narratives That Influence Educational Policy. *American Behavioral Scientist* 00(0), 1-18.
- Van Dijk, T. A. (1993). *Principles of Critical Discourse Analysis*. *Discourse & Society*, 4(2), 249–283.
- Barker, Chris. (2018). *Cultural Studies: Teori & Praktik*. Kreasi Wacana.
- Eriyanto. (2000). *Analisis Wacana; Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Fairclough, Norman. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press.
- _____. (2003). *Analysing*

- Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge.
- Foucault, Michel. (1972). *The Archaeology of Knowledge and the Discourse of Language*. Tavistock.
- Foucault, Michel, Mauro Bertani & Alessandra Fontana (Ed.). (1976). *14 January 1976. In Society Must Be Defended*. Picador
- Foucault, M. (1980a). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-79*, (Ed. Colin Gordon). Pantheon
- _____. (1980b). *The History of Sexuality. Volume I: An Introduction*. Vintage
- Haryatmoko. (2017). *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis): Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*. Rajawali Press.
- Weedon, Chris. (1987). *Feminist Practice and Poststructuralist Theory*. Basil Blackwell.
- Awojodu, Blessing Adedokun. (2019). *Fashion As A Signifier: An Analysis of The Women in Chimamanda Ngozi Adichie's Americanah*. 1st National Conference of WITED, (13-16).
- Paramita, Fransisca. (2022). *Gaya Hidup Dugem dan Permainan Identitas pada Wanita Karir di Surabaya*. Jurnal Representamen, 8(1), 14 – 30.
- Pratiwi, Alfina., & Chasana, Rona. (2023). *Terpaan Tweet Tentang Kpop Idol Mengenakan Scarf Elzatta Hijab Dan Minat Beli*, 9(2), 31-41.
- Lower, Jamie. 2018. *Style Speaks: Clothing Judgements, Gender Stereotypes, and Expectancy Violations of Professional Women*. Masters Thesis, University of Central Florida. Diakses dari <https://stars.library.ucf.edu/etd/5785>
- Wartiovaara, Alli. (2020). *Empow(her): Feminism and Feminity in Fast*. [content \(helsinki.fi\)](https://content.helsinki.fi).