

Dari 'Kaum Rahim Anget' hingga 'The Nuruls': Labeling Seksis terhadap Perempuan di Media Sosial

Zulfi Al Hakim¹

Mochamad Aviandy²

¹²Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia

¹zulfipt@gmail.com

²aviandy@ui.ac.id

Abstrak

Fenomena pelabelan derogatif terhadap perempuan di media sosial Indonesia, seperti istilah "*kaum rahim anget*" dan "*the nuruls*", menunjukkan bagaimana stereotip gender bekerja sebagai mekanisme reproduksi seksisme dalam ruang digital. Berawal dari respons terhadap perempuan yang dianggap mengseksualisasi figur publik laki-laki, label tersebut mengalami perluasan makna hingga mencakup atribut religius, preferensi budaya populer seperti K-Pop, serta pola konsumsi tertentu. Perluasan tersebut menyebabkan generalisasi berlebihan dan stereotip terhadap perempuan dengan ciri-ciri tersebut. Menggunakan kerangka *distinction* dari Pierre Bourdieu (1984), penelitian ini menyoroti bagaimana praktik pelabelan ini tidak hanya beroperasi sebagai bentuk kontrol moral, tetapi juga sebagai strategi simbolik untuk menegaskan batas-batas kelas sosial. Selera dan konsumsi misalnya pilihan minuman, makanan, atau fandom diubah menjadi penanda inferioritas yang dilegitimasi oleh kelompok dominan untuk mempertahankan hierarki sosialnya. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan kerangka analisis wacana kritis (AWK) Fairclough (2001) untuk memahami bagaimana praktik kebahasaan bekerja dalam dimensi proses relasi kekuasaan. Dengan demikian, stereotip "*the nuruls*" tidak hanya mereproduksi seksisme, tetapi juga menciptakan *distinctions* yang merendahkan perempuan berdasarkan kelas sosial, mode konsumsi dan modal budaya yang mereka miliki. Penelitian ini menegaskan bahwa pelabelan tersebut berkontribusi pada normalisasi citra negatif perempuan dan mengukuhkan struktur sosial patriarkal yang bekerja melalui media digital.

Kata kunci: *seksisme, labeling, kaum rahim anget, the nuruls*

Pendahuluan

Citra perempuan dalam kehidupan sehari-hari seringkali dikedir melalui stereotip. Stereotip menimbulkan terjadinya diskriminasi dan berbagai bentuk ketidakadilan di lingkungan masyarakat dan merugikan perempuan (Fakih, 2013). Melalui stereotip, perempuan dikategorikan ke dalam satu klasifikasi yang sama, dengan ciri dan label yang umumnya merugikan serta menegasi peran dan perilaku perempuan.

Stereotip berdasar gender tersebut dapat diartikan sebagai simplifikasi dari sikap dan perilaku perempuan secara umum dalam kondisi sosial masyarakat yang spesifik. Stereotip tersebut umumnya mencakup beberapa bidang karakteristik orang yang berbeda, seperti penampilan fisik, ciri kepribadian, perilaku, peran sosial, dan kelas sosialnya. Stereotip berbasis gender dapat dibagi kriterianya menjadi deskriptif (bagaimana satu kelompok memandang gender tertentu) (Gill, 2004); preskriptif (bagaimana satu kelompok menilai bahwa gender tertentu harus berperilaku); atau preskriptif (bagaimana satu kelompok menilai bahwa gender tertentu tidak boleh berperilaku) (Prentice, 2002; Rudman dkk, 2012).

Pencitraan yang merugikan perempuan dan afirmasi publik terhadap stereotip yang diciptakan untuk segelintir kelompok perempuan menimbulkan berbagai macam efek negatif. Citra yang diskriminatif bisa menghambat kegiatan perempuan secara politis (Haraldsson, 2019) maupun secara kemajuan karirnya (Steinke, 2017). Lebih jauh lagi, perempuan dapat secara organisasional didiskriminasi berkat adanya stereotip yang disematkan kepada diri mereka (Castaño, 2019). Hal tersebut tentunya sangat berbahaya mengetahui perjuangan perempuan untuk mencapai kesetaraan tidaklah mudah.

Media menjadi sumber utama yang memiliki andil besar terhadap stereotip gender dan citranya pada resepsi publik melalui berbagai fenomena (Rolle dkk, 2020; Bianchi dkk, 2017, Lampis dkk, 2017). Keberadaan media yang semakin hari semakin mudah diakses, pengguna individu yang terlibat secara kronik, dan peran pengguna semuanya berkaitan dalam mengusung citra sebagai pusat perhatian. Peran media berfungsi sebagai pengembangan identitas (Erikson, 1968; Kay, 2018), dan penggunaan media yang berlebihan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap stereotip gender dan terbukti terkait dengan dukungan yang lebih kuat terhadap peran dan norma gender tradisional (Scharrer, 2022). Amplifikasi stereotip dengan mudahnya tersebar dan mengelilingi media sehingga stereotip negatif yang disematkan sejak awal menjadi melekat. Alih-alih membentuk citranya sendiri, stereotip mengambil alih identitas perempuan dan menjadikan dirinya sebagai citra yang semu.

Perilaku menstereotipkan perempuan secara buruk dalam media disebut sebagai seksisme media. Haraldsson (2019) mendefinisikan seksisme media sebagai (re)produksi seksisme masyarakat patriarkal melalui stereotip perempuan yang tidak utuh dan menyimpang sehingga mengarah pada pencitraan yang salah. Seksisme media mencerminkan seksisme dalam masyarakat (media yang mereproduksi seksisme) dan menggambarkan gambaran yang lebih tersegregasi secara gender dibandingkan realitanya (media yang memproduksi seksisme) sehingga media merupakan ukuran yang baik untuk melihat gejala seksisme dalam masyarakat namun juga menjadikan masyarakat lebih seksis dibandingkan yang seharusnya (Rosalind Gill 2011; Sara Mills 2003; Janet K. Swim, Kathryn J. Aikin, Wayne S. Hall, and Barbara A. Hunter 1995).

Kekerasan terhadap perempuan di media beberapa tahun ke belakang menjadi isu besar yang serius. Data CATAHU 2023 dari KOMNAS Perempuan menunjukkan bahwa kekerasan verbal terhadap perempuan menjadi persoalan serius di Indonesia, dengan 289.111 kasus dilaporkan sepanjang tahun 2023 dan kemungkinan jauh lebih banyak yang tidak tercatat. Bentuk kekerasan verbal yang paling umum, seperti perendahan martabat dan ancaman kekerasan seksual, kini semakin banyak bermigrasi ke ranah digital. Dalam konteks tersebut, penggunaan istilah-istilah kasar dan merendahkan bukan sekadar tindakan individual, melainkan bagian dari mekanisme yang mempertahankan struktur patriarki. Sebagaimana dikemukakan Lazar (2007), praktik kebahasaan yang seksis berfungsi memperkuat relasi kuasa gender tradisional yang menempatkan perempuan pada posisi subordinat dan mengikis agensi mereka sebagai subjek sosial.

Pauwels (2003) menunjukkan bahwa stereotip dan labeling kebahasaan terhadap perempuan sering kali memuat bias yang menargetkan seksualitas perempuan dan mengukuhkan otoritas laki-laki. Norma-norma linguistik yang diskriminatif ini bekerja sebagai kekuasaan simbolik yang mendisiplinkan perempuan melalui bahasa, sekaligus menciptakan batasan tentang bagaimana perempuan dapat dipersepsikan atau mengekspresikan diri. Kekerasan verbal dalam bentuk labeling,

penghinaan, atau stereotip bukan hanya menghasilkan luka psikologis, tetapi juga membatasi perempuan dalam partisipasi sosial dan digital.

Dalam kerangka teoretis yang lebih luas, seksisme dipahami sebagai bentuk diskriminasi berbasis gender yang memproduksi dan mereproduksi ketimpangan struktural. Barreto dan Ellemers (2013) menegaskan bahwa diskriminasi gender mencerminkan sikap negatif terhadap kelompok tertentu dan berfungsi mempertahankan hierarki sosial. Umera-Okeke (2012), mengacu pada Atkinson, menjelaskan bahwa bahasa seksis mencakup praktik verbal yang membungkam atau menghinakan perempuan dalam interaksi sehari-hari. Definisi-definisi ini menyoroti bahwa bahasa tidak hanya mencerminkan relasi sosial, tetapi juga membentuk dan memperkuatnya. Oleh karena itu, ujaran yang seksis berkontribusi langsung terhadap konstruksi norma gender yang timpang serta reproduksi sistem dominasi patriarkal.

Dinamika kekerasan verbal terhadap perempuan semakin menonjol dalam era digital, sebagaimana ditunjukkan berbagai studi kontemporer. Garcia (2021), misalnya, menemukan bahwa perempuan menjadi target utama agresi verbal dan stereotip misoginis di TikTok, memperlihatkan bagaimana platform digital menjadi ruang subur bagi ideologi yang merendahkan perempuan. Temuan ini konsisten dengan laporan UNFPA (2023) yang menyebut bahwa selama pandemi COVID-19 terjadi peningkatan signifikan dalam kekerasan terhadap perempuan di berbagai negara Asia, yang terlihat dari lonjakan pencarian daring terkait kekerasan dan meningkatnya percakapan mengenai VAWG (*Violence Against Women and Girls*). Dengan layanan offline yang terbatas pada masa lockdown, perempuan mengandalkan ruang digital untuk mencari dukungan, namun ironisnya ruang yang sama juga dipenuhi dengan bentuk-bentuk baru seksisme dan pelecehan. Kondisi ini menegaskan urgensi untuk memperkuat layanan perlindungan berbasis digital, meningkatkan literasi digital perempuan, dan menggunakan data daring sebagai indikator penting untuk merespons kekerasan berbasis gender secara lebih cepat dan tepat.

Di Indonesia, fenomena seksisme di media sosial menjadi isu serius ketika istilah '*kaum rahim anget*' dan '*the nuruls*' dipergunakan secara masif oleh pengguna media sosial. Tren '*kaum rahim anget*' bermula ketika pertandingan final Jonatan Christie (disebut Jojo) melawan Chou Tien Chen di final tunggal putra bulutangkis Asian Games 2018. Setelah memenangkan pertandingan final tersebut, Jojo melakukan selebrasi membuka bajunya. Selebrasi ini menjadi topik teratas pada linimasa media sosial saat itu, dan diramaikan dengan tagar #jojobukabaju. Pada topik dan tagar tersebut, muncul begitu banyak komentar dari pengguna perempuan yang menyoroti tubuh Jojo. Komentar yang paling banyak mendapatkan interaksi adalah komentar salah satu pengguna yang berbunyi "Aaak gantengnya! Rahim gue anget!" (Tirto, 2018). Komentar tersebut membuat perseteruan yang cukup besar karena berbentuk pelecehan verbal terhadap Jojo.

Sayangnya, meskipun telah terbentuk percakapan tentang frasa '*rahim anget*' sebagai bentuk pelecehan seksual, masih banyak yang menggunakan ekspresi tersebut kepada laki-laki. seperti yang tercantum dalam tangkapan gambar berikut ini.



Figure 1. Tangkapan gambar dari Twitter, diambil 4 Maret 2024'

Dapat dilihat bahwa komentar tersebut diutarakan dari perempuan yang memiliki kriteria. Pengguna kedua memiliki ciri menggunakan kerudung pada profilnya. Dan pengguna ketiga menggunakan foto musisi k-pop sebagai foto profilnya. Dari sini, asosiasi frasa '*rahim anget*' menjadi '*kaum rahim anget*' menempel dan menjadi sebuah narasi terhadap perempuan yang memiliki kategori tersebut sebagai '*kaum rahim anget*.'

Istilah tersebut kemudian melebar ketika fenomena baru muncul di tahun 2022. Fenomena ini adalah penggunaan istilah '*the nuruls*', sebuah terminologi yang juga ditujukan kepada perempuan berhijab. Frasa '*the nuruls*' menjadi topik utama di media sosial pada 2022 menanggapi fenomena '*clubbing halal*' pada warung kopi bernama Kopi Bajawa. Warung Kopi bajawa menawarkan hiburan musik selagi menyediakan minuman non-alkohol. Berbeda dengan *clubbing* pada umumnya yang menyoroti hiburan berbasis alkohol, warung Kopi Bajawa menawarkan tempat hiburan alternatif tanpa menggunakan minuman beralkohol.

Sekumpulan orang berhijab yang menikmati hiburan di warung Kopi Bajawa kemudian dikategorikan menjadi '*the nuruls*'. '*The nuruls*' diambil dari nama nurul, yang dianggap menjadi nama paling lumrah untuk perempuan muda muslim di Indonesia. Istilah ini kemudian digunakan secara *derogatory* dan penggunaannya mirip atau sinonim dengan menggunakan istilah '*kaum rahim anget*'.

Kedua istilah tersebut digunakan untuk melabeli perempuan dengan perilaku yang spesifik dalam menggunakan media sosial. Label '*kaum rahim anget*' dan '*the nuruls*' merupakan sebuah stereotip yang bersifat *derogatory* karena membentuk stigma sosial dan pemahaman terhadap konsep diri serta perilaku segelintir orang yang dilabeli (Becker, 1963; Lemert, 1951; Goffman, 1963). Label yang bersifat *derogatory* merupakan bentuk stereotip sosial yang mendistorsi cara seseorang dipandang dan diperlakukan oleh orang lain. Sekalipun orang yang diberi label tersebut tidak mengidentifikasi stereotip yang diberikan, secara sosial ia dipaksa oleh keadaan untuk menginternalisasi beberapa aspek dari label yang diberikan ke dalam konsep dirinya (Goode, 1997). Liska dan Messner (1999) menyatakan bahwa orang-orang yang menjadi sasaran stereotip yang merendahkan berpotensi untuk mengembangkan pola

pikir yang sama dengan label tersebut sehingga menjadi rentan. Kerentanan ini dimanfaatkan oleh segelintir kelompok untuk melabeli sekelompok perempuan dengan istilah '*kaum rahim anget*' atau '*the nuruls*'.

Penelitian ini membahas bagaimana label yang bersifat derogatory '*kaum rahim anget*' mendapatkan perluasan makna menjadi '*the nuruls*' untuk mengkategorikan secara spesifik

sekelompok perempuan dengan ciri-ciri tertentu. Label '*kaum rahim anget*' yang awalnya digunakan untuk mengecap perempuan yang mengseksualisasi dan melecehkan laki-laki di sosial media ternyata mengalami pengembangan makna dan menambahkan asosiasinya kepada atribut religius dan penggemar K-pop. Seolah-olah '*kaum rahim anget*' tidak cukup untuk mengkategorikan perempuan yang secara spesifik melakukan sesuatu, muncul tren baru dalam mengkategorikan perempuan dengan istilah '*the nuruls*'. '*The nuruls*' memiliki asosiasi yang jauh lebih luas dan beragam, tidak hanya atribut religius dan minat terhadap k-pop saja, tetapi juga memperhatikan kelas sosial dan pola konsumsinya.

Metode

Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dalam media sosial memiliki peran penting dalam membentuk citra perempuan dan mereproduksi hierarki gender. Fesia (2019) dan Astari (2022) melihat bagaimana ekspresi '*rahim anget*' digunakan untuk mengobjektifikasi laki-laki. Fakhira dan Amaly (2024) menemukan bahwa '*nurul*' dari '*the nuruls*' dikategorikan sebagai perempuan yang religius namun memiliki sifat hipokrit pada namanya yang tidak mencerminkan nilai-nilai Islam. Sementara Sartika dan Erlangga (2024) mengklasifikasi kriteria yang termasuk kepada '*the nuruls*' dan mana yang bukan melalui praktik konsumsi dan penampilannya (seperti hijab atau tidak berhijab).

Meskipun penelitian sebelumnya telah membahas istilah seperti "*rahim anget*" dan "*the nuruls*" sebagai bentuk objektifikasi, stereotip religius, atau kategori sosial tertentu, belum ada kajian yang menelusuri bagaimana label-label ini berkembang, meluas, dan berfungsi sebagai mekanisme dominasi simbolik dalam wacana digital. Literatur yang ada juga belum menghubungkan penggunaan istilah tersebut dengan struktur kekuasaan yang lebih luas, khususnya bagaimana pelabelan linguistik mereproduksi pembedaan kelas dan gender. Karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis istilah "*the nuruls*" dan "*kaum rahim anget*" melalui kerangka distinction Bourdieu dan Analisis Wacana Kritis Fairclough untuk mengungkap bagaimana label tersebut membentuk dan mempertahankan hierarki sosial dalam budaya digital.

Penelitian ini menggunakan kerangka sosiologi budaya Pierre Bourdieu (1984), khususnya konsep *distinction*, untuk membaca bagaimana pertarungan simbolik dan pembedaan kelas bekerja dalam konstruksi makna di media sosial. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan bagaimana praktik Bahasa dalam media digital, dan relasi sosial budaya berinteraksi dalam membentuk serta mereproduksi stereotip seperti "*kaum rahim anget*" dan "*the nuruls*". Kerangka seperti ini memungkinkan untuk menggali makna yang tersembunyi dalam penggunaan label-label derogatif, sekaligus menelusuri bagaimana struktur kekuasaan bekerja dalam proses produksi dan konsumsi konten digital.

Dalam konsep *distinction*, Bourdieu melihat kehidupan sosial sebagai arena pertarungan simbolik yang terus menerus berlangsung, terutama antarkelas sosial. Pertarungan ini menghasilkan pembedaan-pembedaan yang dilegitimasi, sehingga

memperkuat posisi kelas dominan dan menempatkan kelompok lain pada posisi subordinat. *Distinction* bukan hanya refleksi dari selera atau preferensi, tetapi mekanisme produksi dan reproduksi budaya yang bekerja melalui *kekerasan simbolik*, yaitu bentuk dominasi yang tampak natural namun sesungguhnya mengatur cara berpikir, merasa, dan bertindak individu maupun kelompok. Dengan demikian, posisi sosial aktor menjadi pemicu penting dalam proses pembedaan, karena modal yang dimiliki akan menentukan legitimasi untuk menilai, melabel, dan mendefinisikan pihak lain.

Bahasa memiliki peran sentral dalam proses *distinction* karena berfungsi sebagai kapital budaya sekaligus kapital simbolik yang dapat dipergunakan dalam pertarungan sosial. Melalui penggunaan istilah tertentu, baik yang merendahkan maupun yang menaikkan status, bahasa beroperasi sebagai strategi simbolik untuk menunjukkan posisi sosial seseorang dan membedakan diri dari kelompok lain. Ketika sebuah istilah memperoleh legitimasi sosial, istilah tersebut tidak hanya merepresentasikan kenyataan, tetapi juga menciptakan realitas sosial yang memengaruhi cara masyarakat memandang kelompok tertentu. Dalam konteks ini, labeling seperti “kaum rahim anget” dan “the nuruls” berfungsi sebagai bentuk *distinction* linguistik yang menghasilkan batas-batas simbolik antar kelompok perempuan, sekaligus memperkuat relasi kuasa dalam struktur patriarkal.

Konsep *profit of distinction* penting untuk memahami bagaimana praktik pembedaan melalui bahasa memberikan keuntungan simbolik bagi aktor atau kelompok dominan. *Profit of distinction* merujuk pada keuntungan berupa prestise, legitimasi, dan kekuasaan simbolik yang diperoleh melalui kemampuan mendefinisikan kategori sosial dan memaksakan skema klasifikasi tertentu sebagai kebenaran umum. Ketika kelompok dominan berhasil membuat label tertentu diterima secara luas, mereka memperoleh keuntungan simbolik berupa konfirmasi atas superioritas selera dan posisinya. Dalam kasus pelabelan terhadap perempuan di media sosial, penggunaan istilah derogatif tidak hanya merendahkan kelompok yang menjadi sasaran, tetapi juga memperkuat otoritas kelompok yang melabel, karena mereka mendapatkan pengakuan sosial atas kemampuan mengatur makna dan membentuk realitas simbolik. Dengan demikian, teori *distinction* memungkinkan penelitian ini menelusuri bagaimana bahasa, posisi sosial, dan kekuasaan saling terkait dalam menghasilkan serta mempertahankan hierarki sosial di ruang digital.

Objek penelitian berupa konten media sosial yang memuat istilah “kaum rahim anget” dan “the nuruls”, mencakup komentar, meme, unggahan visual, tweet, dan *headline* berita pada media yang menggunakan atau membahas kedua label tersebut. Konten ini dikumpulkan menggunakan pencarian kata kunci, pemantauan percakapan daring, dan dokumentasi unggahan yang relevan di platform seperti Twitter/X, TikTok, dan Instagram. Selain itu, penelitian memanfaatkan literatur sebagai data sekunder untuk memperkuat interpretasi mengenai seksisme media, stereotip terhadap perempuan, dan teori *distinction*. Konten yang dipilih berdasarkan pada konten yang memiliki interaksi di atas 10,000 penonton. Jumlah sebesar itu menunjukkan adanya ketertarikan yang besar terhadap konten yang berbunyi serupa. Untuk konten yang berbentuk artikel berita, kriteria pemilihan konten dipilih berdasarkan artikel yang membantu melegitimasi stereotip tersebut.

Analisis data dilakukan melalui pembacaan mendalam terhadap struktur arena media, posisi aktor, serta relasi kuasa yang muncul dalam produksi konten. Arena media sosial dipahami sebagai ruang kompetitif tempat pengguna saling berebut legitimasi dan pengaruh, serta tempat kapital budaya—seperti selera hiburan, gaya bahasa, atribut

religius, atau pola konsumsi dipertukarkan sebagai alat pembedaan sosial. Bahasa dan simbol yang muncul dalam istilah “*kaum rahim anget*” dan “*the nuruls*” dianalisis sebagai praktik *distinction*, yaitu strategi simbolik untuk membedakan kelompok yang dianggap lebih dominan dari kelompok yang diposisikan lebih rendah.

Selain Bourdieu, penelitian ini juga menggunakan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) dari Norman Fairclough (2001) untuk memahami bagaimana praktik kebahasaan bekerja dalam dimensi proses relasi kekuasaan. Fairclough (2001) menekankan bahwa tujuan utama AWK adalah mengungkap ketidakadilan yang tersembunyi dalam wacana serta menunjukkan bagaimana bahasa digunakan untuk mempertahankan dominasi sosial. Dalam konteks istilah “*kaum rahim anget*” dan “*the nuruls*”, AWK memungkinkan peneliti mengidentifikasi bagaimana bahasa yang tampak biasa bekerja sebagai mekanisme untuk membungkam, mendiskreditkan, atau mengkonstruksi kelompok perempuan dalam posisi subordinat. Dengan demikian, pendekatan ini melengkapi kerangka Bourdieu dengan menyoroti dimensi ideologis dari praktik bahasa yang menghasilkan dan mereproduksi stereotip gender di ruang digital.

Fairclough (2001) membagi analisis wacana ke dalam tiga dimensi: teks, praktik diskursif, dan praktik sosiokultural. Pada level teks, analisis berfokus pada deskripsi elemen linguistik untuk melihat bagaimana representasi tertentu dibentuk serta bagaimana konteks sosial-kultural memengaruhi proses produksi teks tersebut. Dimensi praktik diskursif menekankan interpretasi, yaitu bagaimana teks dikonsumsi, ditafsirkan, dan ditempatkan dalam jaringan diskursus yang lebih luas sehingga pola-pola representasi dapat diidentifikasi. Sementara itu, pada dimensi praktik sosiokultural, analisis diarahkan pada eksplanasi mengenai bagaimana wacana berkaitan dengan praktik sosial dan relasi kekuasaan, termasuk bagaimana ia berkontribusi dalam memapankan atau mengubah struktur sosial.

Hasil

Penelitian ini menemukan bahwa pelabelan “*kaum rahim anget*” dan “*the nuruls*” beroperasi sebagai mekanisme simbolik yang merendahkan perempuan melalui perluasan makna yang tidak lagi terkait dengan konteks asalnya. Istilah-istilah tersebut berkembang dari sebutan yang spesifik menjadi label umum yang dilekatkan pada perempuan dengan atribut religius, preferensi budaya populer, atau pola konsumsi tertentu, sehingga membentuk citra negatif yang dinormalisasi dalam ruang digital. Analisis melalui kerangka *distinction* Bourdieu menunjukkan bahwa penggunaan label ini menghasilkan *profit of distinction* bagi kelompok dominan, yang menggunakan bahasa sebagai alat untuk menegaskan batas kelas dan gender. Sementara itu, Analisis Wacana Kritis Fairclough mengungkap bahwa penyebaran dan penerimaan istilah tersebut memperkuat relasi kekuasaan patriarkal, menjadikan bahasa sebagai instrumen dalam memapankan ketidaksetaraan sosial dan mengikis agensi perempuan.

‘Kaum Rahim Anget’

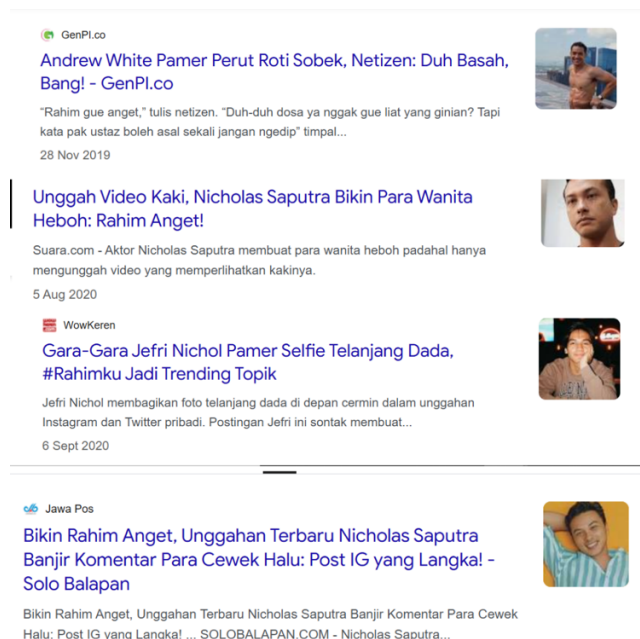
Istilah ‘*kaum rahim anget*’ berawal dari reaksi pengguna internet merespon unggahan Jonatan Christie seorang atlet bulu tangkis Indonesia membuka bajunya ketika laga semi-final Asian Games 2018. Unggahan tersebut dikomentari oleh penggemar Christie bertuliskan ‘*rahimku anget*’ (Lihat Gambar 1.1.).



Gambar 1.1. Rahimku Anget pada kolom komentar Jonatan Christie

Pada awalnya, label '*rahim anget*' yang bersifat *derogatory* ditujukan kepada perempuan yang secara terang-terangan mengseksualisasi laki-laki (umumnya laki-laki terkenal dan berpenampilan rupawan, seperti Jonatan Christie). Ungkapan '*rahim anget*' menjadi ungkapan yang melecehkan laki-laki pada publik media sosial. Ekspresi ini termasuk ke dalam kategori kekerasan seksual secara verbal (atau tertulis) dan tidak boleh diungkapkan secara sembarangan (Eviana, 2020). Meskipun telah mengetahui bahwa ekspresi ini merupakan bentuk pelecehan, penggunaan frasa '*rahim anget*' tetap digunakan secara lumrah dan menjadi sebuah ekspresi yang umum.

Frasa ini diperkuat oleh media besar yang menggunakan istilahnya. Alih-alih menghindari penggunaan frasa ini karena sifatnya yang melecehkan, media justru menggunakannya untuk mendeskripsikan ekspresi perempuan dalam menanggapi sebuah fenomena. Seperti pada Gambar 1.2.



Gambar1.2. Penggunaan Frasa 'rahim anget' pada headline berita di Media. (Sumber: Google News, diambil pada tanggal 5 November 2024)

Keikutsertaan media massa dalam menggunakan frasa '*rahim anget*' menjadi legitimasi bahwa ungkapan tersebut lumrah digunakan.

Ekspresi ini, seiring berjalannya waktu, kemudian meluas menjadi sebuah *label*. Penggunaan frasa '*rahim anget*' meluas menjadi '*kaum Rahim anget*'. Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa '*rahim anget*' ini memiliki asosiasi dengan sekelompok orang berhijab, *label* ini digunakan secara semena-mena dan sebagai bentuk *derogatory*.

Perempuan yang memiliki ciri tersebut (menggunakan hijab, penyuka *k-pop*) rentan terhadap pelabelan '*kaum rahim anget*'

Pada Gambar 1.3. & 1.4., label '*kaum rahim anget*' digunakan untuk menstereotipkan perempuan yang mengikuti demonstrasi.



Gambar 1.3. Label Kaum Rahim Anget Terhadap Perempuan Berhijab yang mengikuti demonstrasi. Sumber: x.com (diambil pada tanggal 4 Maret 2024)

apa yg mau diharapkan sm religious sexual modesty covering avatars kaum
rahim anget??? hhhhhhh t.co/y70g9HTZOF

Gambar 1.4. Label Kaum Rahim Anget terhadap perempuan berhijab yang mengikuti demonstrasi. Sumber: x.com (diambil pada tanggal 4 Maret 2024)

Sematan label '*kaum rahim anget*' bergeser dari perempuan yang mengseksualisasi dan melecehkan laki-laki menjadi sebuah bentuk stereotip dan label *derogatory* sekelompok perempuan yang memiliki ciri-ciri yang sama.

Pada Gambar 1.3., konteks penggunaan istilah "*kaum rahim anget*" tidak lagi ditujukan kepada perempuan yang melakukan pelecehan terhadap laki-laki di ruang digital. Sebaliknya, label tersebut diarahkan kepada sekelompok perempuan berhijab yang mengikuti demonstrasi, tanpa adanya indikasi perilaku seksual maupun pelanggaran norma apa pun. Penggunaan label ini menunjukkan bahwa perbedaan dilakukan semata-mata berdasarkan penampilan dan identitas visual, bukan pada tindakan. Pada titik inilah pergeseran makna dimulai: sebuah istilah yang awalnya merujuk pada perilaku seksual kini berubah menjadi stereotip yang dilekatkan kepada kelompok perempuan tertentu secara general.

Cuitan lanjutan pada Gambar 1.4. memperkuat pergeseran makna tersebut. Kelompok perempuan berhijab dalam konteks demonstrasi tetap dihubungkan dengan narasi seksual, meskipun foto tersebut sama sekali tidak menampilkan unsur yang berkaitan dengan seksualitas. Korelasi yang dipaksakan antara seksualitas dan partisipasi perempuan dalam aksi publik menunjukkan bahwa pelabelan tersebut tidak didasarkan pada realitas visual, melainkan pada konstruksi sosial yang ingin mengatur, membatasi, atau mendiskreditkan perempuan. Dengan demikian, istilah yang awalnya spesifik kini menjadi alat untuk mengkonstruksi identitas negatif bagi kelompok yang lebih luas, khususnya perempuan dengan atribut religius.

Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan istilah "*kaum rahim anget*" telah bertransformasi menjadi mekanisme *distinction* berbasis bahasa yang melakukan reduksi identitas perempuan menjadi stereotip seksual meski tidak relevan dengan konteks. Pelabelan ini memungkinkan pelaku wacana menegakkan batas simbolik antara kelompok "yang dianggap pantas" dan kelompok "yang dianggap tidak pantas," terutama melalui asosiasi seksual yang dilekatkan tanpa dasar faktual. Transformasi ini

memperlihatkan bagaimana bahasa dapat digunakan sebagai alat kekuasaan simbolik yang tidak hanya merendahkan, tetapi juga mengontrol citra perempuan dalam ruang publik, sehingga berkontribusi pada reproduksi ketimpangan gender yang lebih luas.

‘The Nuruls’

Istilah ‘*kaum rahim anget*’ yang populer pada tahun 2018 kini digantikan oleh istilah ‘*the nuruls*’, sebuah label yang digunakan menstereotipkan perempuan secara spesifik. Secara umum, stereotip ‘*the nuruls*’ digambarkan seperti yang terlihat pada gambar 2.1.



2.1. Stereotip dan Label ‘the nuruls’ (sumber: X)

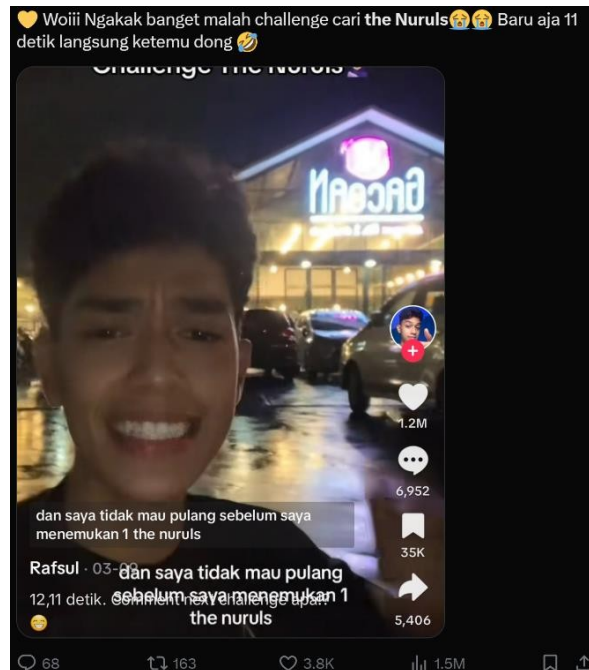
Terlihat pada gambar 2.1., istilah ‘*rahim anget*’ masih disematkan kepada label ‘*the nuruls*’. Hal ini berarti *the nuruls* adalah evolusi dari label yang bersifat *derogatory*, yang secara representatif tidak mewakili segelintir perempuan yang mengseksualisasi dan melecehkan laki-laki. ‘*The nuruls*’ adalah perluasan makna yang memang diperuntukkan untuk membuat stereotip dan citra segelintir kelompok perempuan.

Pada ciri stereotip ‘*the nuruls*’, terlihat sematan atribut religius (dengan gambar *mockery* menggunakan kerudung) dan minat terhadap K-pop (ditandai dengan stereotip menggunakan kata ‘*hyung*’, yang berarti kakak laki-laki dalam bahasa Korea) masih menjadi moda utama yang menggambarkan stereotip ‘*kaum rahim anget*’. Akan tetapi, pada label ‘*the nuruls*’ yang bersifat *derogatory* ini, muncul sematan baru seperti konsumsi merk minuman Janji Jiwa, pengguna media sosial Twitter, mengonsumsi *seblak*, dan pola celotehan yang sering dikicaukan melalui akun media sosial Twitter (kini X) mereka.

Penanda-penanda tersebut menjadi bermasalah karena muatan maknanya terlalu luas. Labeling tersebut memicu seksisme karena muatan maknanya yang berkembang dan dengan perkembangan makna yang begitu luas perempuan dapat dikategorisasikan begitu mudah ke dalam label ‘*the nuruls*’, mengerdilkan identitasnya berdasarkan hal yang mereka sukai, atribut yang digunakan, atau pola konsumsinya. Istilah ‘*kaum rahim anget*’ yang pada mulanya ditujukan kepada orang-orang yang

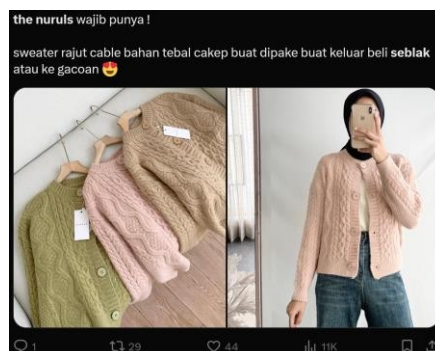
spesifik, mengalami evolusi menjadi '*the nuruls*' yang memiliki perluasan makna dan label baru yang merendahkan.

Penanda-penanda tersebut digunakan untuk *mockery* kepada perempuan yang menggunakan atribut religius atau pola konsumsi tertentu. Seperti pada Gambar 2.2., '*the nuruls*' digunakan secara general dan memang sengaja digunakan untuk melabeli perempuan dengan pola konsumsi tertentu (Mie Gacoan sebagai substitusi dari *seblak* karena rasanya yang sama-sama pedas) dan menggunakan atribut religius.



Gambar 2.2. Challenge Mencari The Nuruls di Twitter. Mendapatkan Views 1.5 juta.
(sumber: X)

Labeling '*the nuruls*' yang merugikan perempuan yang beratribut religius dilanggengkan oleh penggunaannya yang masif dan bersifat general. Lebih jauh lagi, label tersebut diinkorporasi oleh pengusaha-pengusaha yang menjual komoditas sandang religius dan toko penjual kopi yang cukup besar seperti pada gambar 2.3. dan 2.4.



Gambar 2.3. Menjual Barang Khusus untuk The Nuruls (sumber: X)



Gambar 2.4. Bajawa Kopi, Menginkorporasi The Nuruls (Sumber: X)

Penjual atribut religius yang mengetahui label *'the nuruls'* digunakan secara umum, menginkorporasi istilah tersebut untuk cara marketing mereka. Begitu pula Bajawa Kopi, yang secara terang-terangan menginkorporasi label *'the nuruls'* dan melanggengkan stereotip negatif terhadap perempuan yang menggunakan atribut religius dan penanda-penandanya.

Label *'the nuruls'* kini dengan sengaja digunakan untuk merendahkan perempuan dengan ciri tertentu. Generalisasi yang dilakukan terhadap segelintir kelompok ini selain bersifat seksis, membahayakan perempuan dengan ciri tertentu karena menjadi citra negatif terhadap perempuan. Atribut religius yang semestinya tidak memengaruhi posisi sosial perempuan justru diberi makna negatif karena diasosiasikan dengan konotasi buruk yang sebelumnya dilekatkan pada istilah "kaum rahim anget". Seakan-akan citra negatif tersebut belum cukup menggambarkan perempuan dengan ciri tertentu, kemunculan istilah "the nuruls" menjadi bentuk baru yang sengaja digunakan untuk menempelkan label tambahan kepada mereka. Penanda-penanda ini juga bersifat merendahkan karena dikaitkan dengan pola konsumsi, selera, dan kelas sosial tertentu. Asosiasi seperti seblak, ketertarikan pada K-pop, dan atribut lain yang dilekatkan pada istilah "the nuruls" dipahami sebagai gambaran kelas sosial yang rendah, sebuah proses yang dalam kerangka Bourdieu (1984) disebut sebagai *distinction*.

Menurut Bourdieu (1984), *distinction* berkaitan dengan dominasi, prestise, dan batas-batas sosial yang tajam dalam masyarakat. Selera dan pola konsumsi digunakan sebagai perangkat untuk melegitimasi perbedaan antarkelas, menjadikan kelompok dominan mampu menentukan nilai sosial dari preferensi tertentu. Dalam konteks ini, pelabelan "the nuruls" berfungsi untuk merendahkan perempuan dengan ciri-ciri tertentu berdasarkan posisi sosial yang dilekatkan kepada mereka. Istilah ini kemudian membentuk citra negatif yang menggambarkan kelompok tersebut sebagai kelas bawah dan menjadi alat penghinaan. Penggunaan dan penyebaran istilah ini oleh kelompok dominan turut melanggengkan citra keliru mengenai perempuan berhijab maupun perempuan yang memiliki penanda serupa. Ketika legitimasi terhadap pembedaan ini terus diinternalisasi, atribut religius dan pola konsumsi tertentu semakin dipersepsikan sebagai sesuatu yang rendah nilainya.

Konstruksi citra semacam ini pada akhirnya mengikis nilai dan kedudukan perempuan dalam kehidupan sosial yang setara. Pembedaan berdasarkan kelas sosial, atribut religius, dan pola konsumsi semakin menegaskan hierarki yang tidak adil. Pelestarian label seperti "the nuruls" bukan hanya menciptakan citra negatif, tetapi juga

merendahkan martabat perempuan dan mengukuhkan pola seksisme yang dinormalisasi dalam struktur patriarkis. Dengan demikian, istilah “the nuruls” menjadi problematis karena selain menghasilkan citra keliru, ia juga berfungsi sebagai alat perendahan dan diskriminasi gender.

Dalam kerangka Analisis Wacana Kritis (AWK) Fairclough (2001), pelabelan “*the nuruls*” dapat dibaca sebagai praktik tekstual yang mengandung strategi linguistik untuk merendahkan kelompok tertentu. Pada level teks, istilah ini bekerja melalui pemilihan kata yang berkonotasi negatif dan melekatkan citra tertentu kepada perempuan berhijab atau perempuan dengan pola konsumsi tertentu. Meskipun secara denotatif tampak sebagai gurauan atau lelucon internet, struktur kebahasaan yang digunakan justru memproduksi citra yang meremehkan dan memosisikan kelompok sasaran sebagai inferior. Fairclough (2001) menekankan bahwa bahasa tidak pernah netral; setiap kata membawa perspektif dan ideologi yang menyusun cara pembaca memahami kelompok yang dilabel. Dalam konteks ini, istilah “*the nuruls*” berfungsi sebagai mekanisme simbolik untuk mencitrakan perempuan sebagai entitas yang layak direndahkan, bukan sebagai agen sosial yang otonom.

Pada level praktik diskursif, proses produksi dan konsumsi wacana “*the nuruls*” menunjukkan bagaimana istilah tersebut beredar, dipahami, dan dinormalisasi oleh pengguna media sosial. Penyebaran cepat melalui unggahan humor, meme, dan komentar publik mengindikasikan bahwa wacana ini diproduksi dalam iklim sosial yang menerima atau bahkan mendorong pelecehan berbasis gender. Ketika wacana tersebut dikonsumsi secara berulang, ia membentuk pola interpretasi tertentu: publik mulai memandang atribut religius, preferensi hiburan, dan pola konsumsi tertentu sebagai indikator citra yang rendah. Fairclough (2001) menggarisbawahi bahwa interpretasi pembaca tidak berdiri sendiri; ia selalu dipengaruhi oleh tatanan wacana yang lebih luas. Dalam kasus ini, tatanan wacana patriarkal menyediakan kerangka yang memungkinkan pembaca menafsirkan istilah “*the nuruls*” sebagai sesuatu yang dapat diterima, lucu, atau benar adanya, meskipun ia mengandung sifat diskriminatif.

Pada level praktik sosiokultural, istilah “*the nuruls*” mencerminkan relasi kekuasaan dalam masyarakat yang lebih luas dan berperan dalam mereproduksi struktur sosial yang tidak setara. Fairclough (2001) menekankan bahwa wacana tidak hanya menggambarkan realitas sosial, tetapi juga memiliki efek nyata dalam memapankan atau mengubah struktur sosial. Dalam hal ini, wacana “*the nuruls*” memperkuat hierarki gender dan kelas melalui pelabelan yang merendahkan. Wacana tersebut bekerja sebagai alat reproduksi ideologi patriarkal, yang menempatkan perempuan, khususnya yang berhijab atau berasal dari kelas sosial tertentu, dalam citra yang dibatasi oleh stereotip. Ketika masyarakat dominan terus menginternalisasi dan mengulang wacana ini, struktur sosial yang menempatkan perempuan pada posisi subordinat semakin menguat. Dengan demikian, melalui analisis wacana kritis Fairclough (2001), dapat dipahami bahwa istilah “*the nuruls*” bukan sekadar kata, tetapi bagian dari praktik kekuasaan yang beroperasi lintas teks, interaksi diskursif, dan konteks sosiokultural yang lebih luas.

Simpulan

Pelabelan terhadap perempuan melalui stereotip merendahkan seperti “kaum rahim anget” dan “the nuruls” memberikan dampak yang signifikan terhadap citra perempuan karena membatasi dan membentuk pemaknaan negatif terhadap kelompok tertentu. Pergeseran makna dari istilah “*kaum rahim anget*”, yang awalnya ditujukan kepada perempuan yang mengseksualisasi figur public, berkembang menjadi istilah “*the*

nuruls" ketika penggunaannya dianggap tidak lagi cukup luas untuk menggeneralisasi kelompok perempuan yang ingin disasar. Melalui penanda yang dilekatkan, seperti atribut religius, minat terhadap K-pop, serta pola konsumsi tertentu, istilah "*the nuruls*" menjadi instrumen baru untuk melabel perempuan secara lebih luas dan lebih derogatif.

Perluasan makna ini membuat perempuan dengan ciri tertentu semakin rentan dikategorikan secara diskriminatif. Penanda yang longgar dan asosiasi makna yang terlalu luas menyebabkan perempuan berhijab, penggemar K-pop, atau yang mengonsumsi produk tertentu dengan mudah dicitrakan sebagai bagian dari kelompok yang direndahkan. Proses ini dilanggengkan melalui normalisasi dan inkorporasi wacana tersebut di ruang digital, baik oleh pengguna media sosial maupun oleh brand komersial yang memanfaatkan istilah ini sebagai strategi pemasaran. Pada titik ini, citra negatif yang terbentuk bukan hanya menyederhanakan identitas perempuan, tetapi juga mengukuhkan stereotip seksis yang merugikan mereka secara simbolik dan sosial.

Melalui perspektif *distinction* Bourdieu, pelabelan ini dapat dipahami sebagai mekanisme pembedaan yang berfungsi mempertahankan dominasi kelas dan gender. Istilah "*the nuruls*" mengoperasikan *distinction* melalui bahasa sebagai kapital simbolik: kelompok dominan memperoleh *profit of distinction* ketika berhasil mendefinisikan kelompok lain sebagai kelas sosial rendah melalui atribut seperti selera makanan, preferensi hiburan, maupun gaya berpakaian. Pembedaan ini menegaskan hierarki sosial karena selera dan konsumsi dipakai sebagai legitimasi untuk menilai siapa yang dianggap memiliki nilai sosial tinggi dan siapa yang dianggap rendah. Dengan demikian, istilah derogatif ini tidak hanya merendahkan secara personal, tetapi juga memperkuat struktur sosial yang menguntungkan kelompok dominan.

Kerangka Analisis Wacana Kritis Fairclough menegaskan bahwa bahasa yang digunakan dalam istilah-istilah tersebut tidak bersifat netral, melainkan bagian dari praktik diskursif yang memproduksi dan mereproduksi ketidaksetaraan gender. Pada level teks, pemilihan kata berkonotasi negatif membangun citra perempuan sebagai objek penghinaan. Pada level praktik diskursif, penyebaran istilah melalui meme dan unggahan media sosial menunjukkan bagaimana publik berpartisipasi dalam mengonsumsi dan menormalkan stereotip tersebut. Pada level sosiokultural, wacana ini memperkuat relasi kekuasaan patriarkal yang mengatur siapa yang layak dihormati dan siapa yang layak direndahkan. Dengan demikian, istilah "*the nuruls*" bukan hanya alat lelucon, tetapi bagian dari mekanisme sosial yang memapankan ketimpangan gender dan mengikis agensi perempuan.

Secara keseluruhan, pelabelan "*kaum rahim anget*" dan "*the nuruls*" menciptakan citra yang merendahkan perempuan melalui bahasa, pembedaan kelas, dan reproduksi ideologi patriarkal. Wacana ini tidak hanya membentuk persepsi publik secara negatif, tetapi juga berkontribusi pada pelemahan posisi perempuan dalam ruang sosial dan digital. Oleh karena itu, kedua istilah tersebut bermasalah bukan hanya karena sifatnya yang seksis dan menghina, tetapi juga karena perannya dalam mempertahankan struktur sosial yang tidak setara serta memproduksi citra perempuan yang keliru dan merugikan.

Daftar Pustaka

- Astari, Ayang. (2022). "Objektifikasi Tubuh Laki-laki dalam Ekspresi Seksual Perempuan di Media Sosial," *Jurnal Studi Masyarakat dan Pendidikan*: Vol. 6: No. 1.
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03

- Becker, H. (1963). *Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance*, New York : Free Press
- Bianchi, D., Morelli, M., Baiocco, R., & Chirumbolo, A. (2017). Sexting as the mirror on the wall: Body-esteem attribution, media models, and objectified-body consciousness. *Journal of Adolescence*, 61(1), 164–172. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.10.006>
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Routledge & Kegan Paul, London.
- Castañó, A., Fontanil, Y., & García-Izquierdo, A. (2019). “Why Can’t I Become a Manager?”—A Systematic Review of Gender Stereotypes and Organizational Discrimination. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(10), 1813. <https://doi.org/10.3390/ijerph16101813>
- Eagly, A. H., Nater, C., Miller, D. I., Kaufmann, M., & Sczesny, S. (2020). Gender stereotypes have changed: A cross-temporal meta-analysis of U.S. public opinion polls from 1946 to 2018. *American Psychologist*, 75(3), 301–315. <https://doi.org/10.1037/amp0000494>
- Ellemers, N., Pagliaro, S., & Barreto, M. (2013). Morality and behavioural regulation in groups: A social identity approach. *European Review of Social Psychology*, 24(1), 160–193. <https://doi.org/10.1080/10463283.2013.841490>
- Erikson, E. H. (1994). *Identity: Youth and crisis*. WW Norton & company.
- Eriyanto. (2005). Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media. Yogyakarta: LKiS.
- Eviana, Diana. (2020). Wacana Sexual Harrasment dalam Komentar Ekspresi Seksual Perempuan di Media Sosial. Tesis Universitas Airlangga.
- Fairclough, N. (2001). *Language and Power* (2nd ed.). London: Longman.
- Fakhira, R., & Amaly, N. (2024). “The Nuruls”: A Sociolinguistic Study of Name Enregisterment in Indonesian Online Discourse. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 23(2), 213–226. Retrieved from <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/13815>
- Fesia, Deninta Lira. (2019). Seksisme dalam Tuturan di Twitter Pasca Ajang Asian Games 2018. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication and Society*, 1(3–4), 175–194. <https://doi.org/10.1080/15205436.1998.9677855>
- Gill, M. J. (2004). When information does not deter stereotyping: Prescriptive stereotyping can foster bias under conditions that deter descriptive stereotyping. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(5), 619–632. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2003.12.001>
- Gill, R. (2011). Sexism Reloaded, or, it’s Time to get Angry Again! *Feminist Media Studies*, 11(1), 61–71. <https://doi.org/10.1080/14680777.2011.537029>
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of a Spoiled Identity*, Engelwood Cliffs, NJ : Prentice-Hall .
- Goode, E. (1997). *Deviant Behavior*, 5th ed., Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall .
- Haraldsson, A., & Wängnerud, L. (2019a). The effect of media sexism on women’s political ambition: evidence from a worldwide study. *Feminist Media Studies*, 19(4), 525–541. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1468797>
- Islam, Nurul (2015) "Representasi Distinction Pejabat Negara dan Kuasa Simbolik di Media," *Jurnal Komunikasi Indonesia*: Vol. 4: No. 1, Article 6.
- Kay, A. (2018). Erikson Online: Identity and Pseudospeciation in the Internet Age. *Identity*, 18(4), 264–273. <https://doi.org/10.1080/15283488.2018.1523732>
- Koenig, A. M., & Eagly, A. H. (2014). Evidence for the social role theory of stereotype

- content: Observations of groups' roles shape stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(3), 371–392. <https://doi.org/10.1037/a0037215>
- Komnas Perempuan. (2023). CATAHU 2023: Peluang Penguatan Sistem Penyikapan Di Tengah Peningkatan Kompleksitas Kekerasan Terhadap Perempuan. <https://komnasperempuan.go.id/catatan-tahunan-detail/catahu-2023-peluang-penguatan-sistem-penyikapan-di-tengah-peningkatan-kompleksitas-kekerasan-terhadap-perempuan>
- Lampis, J., Cataudella, S., Busonera, A., de Simone, S., & Tommasi, M. (2019). The moderating effect of gender role on the relationships between gender and attitudes about body and eating in a sample of Italian adolescents. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 24(1), 3–11. <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0372-2>
- Lazar, M. M. (2007). Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis1. *Critical Discourse Studies*, 4(2), 141–164. <https://doi.org/10.1080/17405900701464816>
- Lemert, E. (1951). *Social Pathology*, New York : McGraw-Hill.
- Liska, A. and Messner, S. (1999). *Perspectives on Crime and Delinquency*, 3rd ed, Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.
- Mills, S. (2003). Caught Between Sexism, Anti-sexism and 'Political Correctness': Feminist Women's Negotiations with Naming Practices. *Discourse & Society*, 14(1), 87–110. <https://doi.org/10.1177/0957926503014001931>
- Pauwels, A. (2003). Linguistic sexism and feminist activism. In J. Holmes, & M. Meyerhoff (Eds.), *The Handbook of Language and Gender* (pp. 550–570). Blackwell.
- Potter, W. J. (2014). A Critical Analysis of Cultivation Theory. *Journal of Communication*, 64(6), 1015–1036. <https://doi.org/10.1111/jcom.12128>
- Prentice, D. A., & Carranza, E. (2002). What Women and Men Should Be, Shouldn't be, are Allowed to be, and don't Have to Be: The Contents of Prescriptive Gender Stereotypes. *Psychology of Women Quarterly*, 26(4), 269–281. <https://doi.org/10.1111/1471-6402.t01-1-00066>
- Rollè, L., Santoniccolo, F., D'Amico, D., & Trombetta, T. (2020). News Media Representation of Domestic Violence Victims and Perpetrators: Focus on Gender and Sexual Orientation in International Literature. In *Gendered Domestic Violence and Abuse in Popular Culture* (pp. 149–169). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83867-781-720201008>
- Rudman, L. A., Moss-Racusin, C. A., Phelan, J. E., & Nauts, S. (2012). Status incongruity and backlash effects: Defending the gender hierarchy motivates prejudice against female leaders. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(1), 165–179. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.10.008>
- Santoniccolo, F., Trombetta, T., Paradiso, M. N., & Rollè, L. (2023). Gender and Media Representations: A Review of the Literature on Gender Stereotypes, Objectification and Sexualization. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(10), 5770. <https://doi.org/10.3390/ijerph20105770>
- Sartika, N. D., & Erlangga, C. Y. (2024). Fenomena “The Nuruls” Di Kota Depok. (Studi Fenomenologi Remaja Berhijab Di Kota Depok). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(3), 781–788. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i3.2167>

- Scharrer, E., & Warren, S. (2022). Adolescents' Modern Media Use and Beliefs About Masculine Gender Roles and Norms. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(1), 289–315. <https://doi.org/10.1177/10776990211035453>
- Steinke, J. (2017). Adolescent Girls' STEM Identity Formation and Media Images of STEM Professionals: Considering the Influence of Contextual Cues. *Frontiers in Psychology*, 8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00716>
- Swim, J. K., Aikin, K. J., Hall, W. S., & Hunter, B. A. (1995). Sexism and racism: Old-fashioned and modern prejudices. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(2), 199–214. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.68.2.199>
- Umera-Okeke, N. (2012). Linguistic Sexism: An Overview of the English Language in Everyday Discourse. *AFRREV LALIGENS: An International Journal of Language, Literature and Gender Studies*, 1, 1-17.
- UNFPA. (2023). Covid-19 and Violence Against Women: The Evidence Behind the Talk.
- Victor, J. S. (2004). sluts and wiggers: a study of the effects of derogatory labeling. *Deviant Behavior*, 25(1), 67–85. <https://doi.org/10.1080/01639620490248943>