

**Video Youtube Najwa Shihab dalam Analisis Wacana Kritis
mengenai Stereotipe Perempuan**

Putri Syahrani¹

Sepriadi Saputra²

Fera Indasari³

Universitas Islam Negeri raden fatah Palembang
Sumatra Selatan, Indonesia

2030701121@radenfatah.ac.id sepriadisaputra_uin@radenfatah.ac.id
feraindasari_uin@radenfatah.ac.id

Abstract

In the digital era, YouTube has become one of the main platforms for various types of multimedia content, such as interviews, discussions, and talk shows. Najwa Shihab, a renowned journalist and presenter in Indonesia, is one of the popular media figures on YouTube. Najwa Shihab's videos, especially in the series "Susahnya Jadi Perempuan Part 2," often attract attention for discussing gender and women's issues in various social, political, and cultural contexts. This study uses a qualitative method to explain the audience's reception of female stereotypes presented in Najwa Shihab's YouTube video "Susahnya Jadi Perempuan Part 2." The data is presented descriptively qualitatively using critical discourse analysis (CDA) to explain individual perceptions or discourses in the video. This method focuses on critical discourse analysis using Ann Oakley's feminist theory. The study identified several female stereotypes reflected in the video content, indirectly reinforcing and extending harmful gender stereotypes in society.

Keywords: YouTube, Gender, Female Stereotypes, Critical Discourse Analysis

Abstrak

Di era digital ini, YouTube menjadi salah satu platform utama untuk berbagai jenis konten multimedia, seperti wawancara, diskusi, dan talk show. Najwa Shihab, seorang jurnalis dan presenter terkenal di Indonesia, adalah salah satu tokoh media populer di YouTube. Video Najwa Shihab, terutama dalam seri "Susahnya Jadi Perempuan bagian 2," sering menarik perhatian karena membahas isu-isu gender dan perempuan dalam berbagai konteks sosial, politik, dan budaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan resepsi khalayak terhadap stereotipe perempuan dalam video tersebut. Data disajikan secara deskriptif kualitatif dengan analisis wacana kritis (AWK) untuk menjelaskan persepsi individu dalam video tersebut. Metode ini fokus pada analisis wacana kritis dengan teori feminisme Ann Oakley. Penelitian mengidentifikasi beberapa stereotipe perempuan yang tercermin dalam konten video tersebut, yang secara tidak langsung memperkuat dan memperpanjang stereotipe gender yang merugikan perempuan dalam masyarakat.

Kata Kunci: Youtube, Gender, Stereotipe perempuan, Analisis Wacana Kritis

A. PENDAHULUAN

Membicarakan perempuan merupakan hal yang kompleks, dan hingga saat ini, masalah perempuan di Indonesia masih membutuhkan perhatian khusus (Rahayu dkk., 2021). Banyak perempuan, terutama figur publik seperti Adinia Wirasati, Lentar Sintas Indonesia, dan Najwa Shihab, sering membahas isu kesetaraan gender. Dikutip dari Detikhot, Najwa menunjukkan kepeduliannya terhadap isu-isu perempuan melalui media sosialnya, yang berhubungan dengan gerakan feminisme baru yaitu *cyberfeminisme*. Gerakan ini menggabungkan feminisme dengan teknologi dan internet untuk memperjuangkan kesetaraan gender dan menyuarakan isu-isu perempuan secara online.

Menurut BBC News Indonesia, berdasarkan data dari World Health Organization (WHO), satu dari tiga perempuan mengalami kekerasan fisik atau seksual dalam hidupnya. Riset dari UNESA juga mensurvei 300 mahasiswa di seluruh Indonesia dan menemukan bahwa 40% dari mereka pernah mengalami pelecehan dan kekerasan, yang sering terjadi di kampus. Dalam hal kesetaraan dalam kepemimpinan, menurut Inter-Parliamentary Union, pada tahun 2021, perempuan hanya menduduki sekitar 25% dari total kursi parlemen di seluruh dunia.

Didorong oleh minat untuk menyelidiki stereotipe perempuan dalam video YouTube, khususnya video "Susahnya Jadi Perempuan Bagian 2" dari Najwa Shihab, menjadi objek kajian yang menarik. Berdasarkan hasil observasi pada tanggal 25 Februari 2024, jumlah penonton video tersebut mencapai 2,2 juta di YouTube dan juga ramai dibahas di Twitter pada April

2023 hingga Instagram. Fenomena ini menunjukkan peran penting YouTube sebagai medium yang berpotensi mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perempuan. Video ini menarik perhatian sebagai medium yang potensial dalam membentuk pandangan masyarakat tentang peran dan tantangan yang dihadapi perempuan.

Seperti idealisasi dan kritik para feminis, Sandra Bartky (1990) menyebut idealisasi kecantikan dan tubuh sebagai sesuatu yang menindas perempuan. Lebih dari itu, perempuan secara sukarela menjadikan tubuhnya sebagai "tubuh yang patuh" melalui praktik-praktik kecantikan seperti diet dan perawatan tubuh yang menyakitkan (Rahmawati Aulia, 2019). Penelitian ini akan merinci bagaimana konten tersebut dapat menciptakan stereotipe atau memperkuat norma tertentu yang mempengaruhi cara masyarakat melihat perempuan (Rosyidah & Nurwati, 2019). Penelitian ini juga akan mengeksplorasi potensi dampak psikologis, sosial, dan budaya dari pesan atau percakapan dalam video "Susahnya Jadi Perempuan Bagian 2," yang dianggap sangat penting untuk memahami stereotipe perempuan. Stereotipe perlu diketahui karena merupakan pelabelan terhadap kelompok tertentu, yang salah satunya bersumber dari pandangan gender. Ketidakadilan terhadap perempuan seringkali berasal dari stereotipe, misalnya asumsi bahwa perempuan bersolek untuk menarik perhatian lawan jenisnya (Mansour Fakih, 1996)

B. KONSEP STEREOTIPE GENDER

1. Pengertian Stereotipe

Stereotipe adalah harapan umum yang biasanya mewakili anggota kelompok sosial tertentu, mempengaruhi penilaian tentang mereka dan cara orang lain mengharapkan perilaku mereka (Leon & Aizpurua, 2023). Menurut KBBI, stereotipe adalah konsepsi mengenai sifat suatu golongan berdasarkan prasangka subjektif yang tidak tepat. Stereotipe juga bisa disebut sebagai pelabelan atau penandaan (Mansour Fakih, 1996). Dalam tulisan ini, istilah penting adalah stereotipe, yang mengacu pada representasi sederhana namun jelas yang menyederhanakan orang menjadi serangkaian ciri karakter yang sering dibesar-besarkan dan cenderung negatif. Ini adalah cara representasi yang mengartikan orang lain melalui penggunaan kekuasaan (Murdianto, 2018).

Stereotipe memiliki dampak signifikan pada perilaku seseorang, baik bagi pelaku maupun korban stereotipe tersebut. Penting untuk diingat bahwa stereotipe bukan masalah sepele, karena stereotipe negatif dapat menyebabkan prasangka dan bahkan diskriminasi. Upaya untuk

meminimalkan pengaruh stereotipe pada persepsi individu sangatlah penting. Namun, terdapat dua pandangan berbeda tentang apakah stereotipe bisa dihilangkan atau tidak (Nabila dkk., 2020). Dalam penelitian ini, yang dimaksud adalah stereotipe gender. Salah satu bentuk stereotipe yang menghasilkan ketidakadilan dan diskriminasi berasal dari pandangan gender yang membatasi atau menetapkan peran tertentu berdasarkan jenis kelamin. Misalnya, stereotipe terhadap perempuan sering menganggap bahwa tugas dan peran utama mereka hanya terkait dengan pekerjaan rumah tangga atau domestik. Akibatnya, di ruang publik, mereka sering dianggap hanya cocok untuk pekerjaan yang merupakan ekstensi dari peran domestik mereka (Hayati & Supartiningsih, 2013).

Keterbatasan perempuan adalah hasil dari konstruksi sosial yang selama ini menempatkan mereka dalam posisi rendah, memberikan nilai yang kurang penting terhadap kontribusi mereka (Sastrawati, 2018). Stereotipe tentang perempuan, terutama yang berkaitan dengan femininitas dan penekanan pada emosi daripada logika, sering digunakan untuk meredam semangat perempuan dalam bidang ilmu pengetahuan. Misalnya, karena stereotipe menggambarkan perempuan sebagai individu yang tekun, sabar, teliti, dan penuh kasih sayang, mereka sering dianggap lebih cocok bekerja sebagai guru di tingkat TK/SD. Sebaliknya, ketika seorang pria marah, dia sering dianggap tegas, tetapi jika seorang perempuan marah atau tersinggung, dia cenderung dianggap emosional dan kurang mampu mengendalikan diri. Standar penilaian perilaku pria dan perempuan berbeda, namun cenderung lebih merugikan perempuan (Hanum, 2018).

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa stereotipe adalah upaya untuk menyederhanakan orang dalam suatu kelompok dengan menggeneralisasikan karakteristik tersebut kepada individu-individu dalam kelompok tersebut. Stereotipe melibatkan atribusi sifat-sifat tertentu kepada seseorang hanya berdasarkan kategorisasi subjektif, semata-mata karena mereka berasal dari kelompok tertentu. Para ilmuwan sosial memperkenalkan istilah "gender" untuk merinci perbedaan antara karakteristik bawaan (yang dianggap sebagai bagian dari penciptaan ilahi) dan pembentukan sosial (konstruksi budaya). Terkadang, orang bingung antara atribut yang kodrati (yang tidak berubah) dan gender (yang dapat berubah dan dipengaruhi) (Lorber, 2018). Perbedaan dalam peran gender ini juga mendorong kajian ulang terhadap pembagian peran yang dianggap kaku, baik bagi perempuan maupun laki-laki.

2. Pengertian Gender

Gender adalah konsep sosial yang membedakan antara laki-laki dan perempuan, tidak hanya berdasarkan jenis kelamin biologis, tetapi juga peran, perilaku, dan sifat yang diharapkan dari setiap jenis kelamin. Peran gender terdiri dari serangkaian norma dan ekspektasi yang menentukan bagaimana laki-laki dan perempuan seharusnya berperilaku dalam masyarakat. Peran gender dapat bervariasi antar budaya dan berubah seiring waktu. Para aktivis gender berusaha untuk memperbaiki pemahaman masyarakat tentang konsep gender yang sesungguhnya. Mereka menantang stereotip gender yang membatasi dan mendorong kesetaraan gender dalam berbagai aspek kehidupan (Sastrawati, 2018). Gender menjadi isu penting bagi semua pihak karena perbedaan gender yang berimplikasi pada perbedaan status, peran, dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan seringkali menyebabkan ketidakadilan gender, diskriminasi, atau penindasan (Sumarna, 2020).

3. Stereotype Gender dalam Media Youtube

Youtube adalah platform video daring yang inovatif yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan terlibat dengan berbagai jenis konten video. YouTube menjadi favorit bagi banyak orang dan menjadi platform terbesar untuk berbagi video. YouTube didirikan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim, dengan kantor pusatnya berlokasi di San Bruno, California, Amerika Serikat. Pada saat ini, YouTube telah menjadi situs web dan platform yang paling populer di banyak negara untuk berbagi video (Wati, 2022).

Meskipun stereotip gender sering direproduksi dalam media massa, ada juga konten yang menantang atau membongkar kembali stereotip tersebut. Beberapa film, program televisi, dan konten digital menampilkan karakter-karakter perempuan yang kompleks, kuat, dan mandiri, yang menantang ekspektasi tradisional tentang peran gender. Selain itu, ada juga upaya untuk menggunakan bahasa dan narasi yang lebih inklusif, yang mengakui keragaman gender dan menolak pemisahan peran gender yang kaku.

4. Analisis Wacana Kritis (AWK) dalam Penelitian Media

Analisis Analisis Wacana Kritis (AWK) adalah kerangka analisis yang menyelidiki pembangunan makna dalam teks serta bagaimana kekuasaan, ideologi, dan struktur sosial tercermin dalam wacana media. AWK digunakan untuk mengungkap bagaimana media massa memengaruhi pemahaman kita tentang dunia dan mempertahankan struktur kekuasaan yang ada. Banyak penelitian telah menggunakan AWK untuk mengeksplorasi bagaimana media massa mereproduksi stereotip gender. Dengan AWK, peneliti dapat menganalisis bagaimana media mengonstruksi representasi pria dan wanita, termasuk peran, hubungan, dan atribut-atribut yang terkait dengan gender (Sarasati, 2020).

AWK memungkinkan kritik terhadap representasi gender dalam media dengan menyoroti cara media memperkuat stereotip dan norma-norma gender yang ada dalam masyarakat. Ini memungkinkan para peneliti untuk menggali bagaimana representasi gender dalam media dapat memengaruhi konstruksi sosial tentang maskulinitas dan feminitas (Sarasati, 2020). Dalam Studi tentang "Analisis Wacana Kritis Susahnya Jadi Perempuan Bagian 2," AWK digunakan untuk menganalisis bagaimana stereotip perempuan direpresentasikan dalam video tersebut. Melalui AWK, narasi, dialog, dan pemilihan kata-kata dalam video diperiksa untuk mengidentifikasi bagaimana konstruksi gender tercermin dan dipertahankan.

Memanfaatkan teori feminisme Ann Oakley, yang diterapkan dalam episode "Catatan Najwa" dengan tema susahny menjadi perempuan bagian 2, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data non-numerik. Data disajikan melalui eksposisi rinci tentang subjek, dan teknik pengumpulan data yang digunakan bersifat ilmiah. Dalam konteks ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk menguraikan data yang diperoleh dari episode "Susahnya Jadi Perempuan Bagian 2" dalam acara Catatan Najwa. Tujuannya adalah untuk menjelaskan peran subjek, objek, dan pembaca dalam acara tersebut dengan menggunakan kerangka teori analisis wacana kritis dan mengintegrasikannya dengan teori feminisme Ann Oakley.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tujuan untuk menjelaskan bagaimana pemirsa merespons stereotip perempuan yang ditampilkan dalam video "Susahnya Jadi Perempuan Bagian 2" oleh Najwa Shihab di YouTube. Peneliti memilih pendekatan deskriptif kualitatif dan menerapkan kerangka teknik analisis wacana kritis (AWK) untuk menguraikan persepsi individu atau wacana yang muncul dalam video tersebut (Nabila et al., 2020). Penelitian ini menekankan analisis wacana kritis dengan menggunakan teori feminisme Ann Oakley, yang diterapkan dalam episode "Catatan Najwa" dengan tema susahny jadi perempuan bagian 2. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data non-numerik dan disajikan melalui eksposisi rinci tentang subjek. Teknik pengumpulan data yang digunakan didasarkan pada pendekatan ilmiah.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Stereotipe Perempuan Yang Di Bentuk Pada Video Youtube "Susahnya Jadi Perempuan Bagian 2"

Perhatian terhadap penampilan seringkali dikaitkan dengan perempuan, yang menyiratkan bahwa laki-laki kurang tertarik pada hal tersebut. Stereotip ini menegaskan bahwa perempuan lebih fokus pada penampilan fisik dan aktivitas feminin, sementara laki-laki tidak diharapkan memiliki minat serupa. Industri kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, dengan mayoritas konsumen produk kecantikan adalah perempuan (Adisty, 2022). Penelitian dan diskusi akademis menyoroti bagaimana stereotip gender memengaruhi perempuan dan laki-laki di Indonesia, seperti pandangan bahwa perempuan harus menarik dan menjaga penampilan mereka dalam berbagai konteks sosial dan profesional (Hananni, 2022).

Stereotip usia dan penampilan menggambarkan perempuan sebagai "perawan tua" yang kurang menarik, sementara laki-laki dianggap semakin mapan seiring bertambahnya usia. Meskipun perempuan dan laki-laki mencapai kematangan biologis pada rentang usia tertentu, norma budaya masih mempengaruhi pandangan bahwa penampilan dan usia perempuan memengaruhi nilai dan daya tarik mereka, sementara laki-laki dianggap semakin menarik (Sari & Sunarti, 2017). Pandangan ini menciptakan tekanan sosial bagi perempuan untuk menikah pada usia tertentu agar dianggap "laku" oleh masyarakat (Natha, 2017).

Stereotip bahwa perempuan lebih emosional dan kurang rasional dibandingkan laki-laki membatasi persepsi terhadap kemampuan intelektual dan keputusan mereka. Meskipun penelitian menunjukkan bahwa kemampuan pengambilan keputusan tidak bergantung pada gender, pandangan bahwa perempuan dipengaruhi oleh emosi lebih dari logika tetap ada (Hidayah dkk., 2020).

Peran gender dalam rumah tangga sering kali menempatkan perempuan sebagai penanggung jawab utama urusan domestik, sementara laki-laki dianggap bertanggung jawab mencari nafkah. Hal ini menciptakan ketidakseimbangan dalam pembagian tugas dan kurangnya pengakuan terhadap kontribusi perempuan di ruang domestik (Annisa, 2013).

Perempuan pemimpin sering dihadapkan pada stereotip negatif seperti "bossy" atau "gila ambisi", sementara laki-laki dengan sifat yang sama dianggap sebagai pemimpin yang ideal. Stereotip ini menghalangi

perempuan dalam mencapai posisi kepemimpinan dan mengambil peran yang setara dengan laki-laki (Nufus & Susanti, 2020).

Stereotip bahwa perempuan lebih konsumtif dalam belanja terkait dengan tanggung jawab tradisional perempuan dalam mengurus rumah tangga. Budaya dan norma sosial mempengaruhi pandangan bahwa perempuan harus bertanggung jawab atas belanja rumah tangga, yang menciptakan citra bahwa perempuan lebih sering terlibat dalam aktivitas belanja (Saputra F & Hayqal Wibisono, 2024).

Berikut salah satu dialog:

"satu contoh Bagaimana perempuan kan cowok kan beda perempuan kan beda gitu perempuan aja kalau dandan atau ganti baju kadang-kadang Mereka emang asik dengan itu emang dia suka".

Pembicara mengawali pembicaraannya dengan menyoroti perbedaan antara perempuan dan laki-laki, menegaskan bahwa "perempuan kan cowok kan beda perempuan kan beda gitu." Pernyataan ini menonjolkan perbedaan gender sebagai hal yang signifikan. Selanjutnya, pembicara menggambarkan aktivitas berdandan atau mengganti pakaian sebagai sesuatu yang lebih umum atau alami bagi perempuan dengan menyatakan, "perempuan aja kalau dandan atau ganti baju kadang-kadang mereka emang asik dengan itu emang dia suka." Pernyataan ini menciptakan koneksi antara aktivitas tersebut dan gender perempuan, menekankan bahwa perempuan umumnya lebih cenderung menikmati dan terlibat dalam kegiatan tersebut. Analisis dialog dalam video "Susahnya Jadi Perempuan Bagian 2" mengungkap bagaimana stereotip gender masih memengaruhi cara perempuan digambarkan dan dipahami dalam masyarakat.

E. SIMPULAN

Kesimpulan dari analisis ini adalah bahwa video "Susahnya Jadi Perempuan Bagian 2" secara tidak langsung memperkuat dan memperpetuasi stereotip gender yang merugikan perempuan dalam masyarakat. Dengan menyoroti ketidaksetaraan gender dan memperkuat citra yang dangkal tentang perempuan, video tersebut dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang peran dan identitas perempuan secara negatif.

Namun demikian, analisis ini juga membuka peluang untuk refleksi dan perubahan. Dengan menyadari dan mengkritisi penggambaran stereotip tentang perempuan dalam media, kita dapat membangun kesadaran yang lebih besar tentang pentingnya partisipasi dan kesetaraan gender dalam masyarakat. Melalui upaya kolektif untuk mempromosikan narasi yang

lebih inklusif, kita dapat bergerak menuju masyarakat yang lebih adil dan merata bagi semua individu, tanpa memandang gender.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, N. (2022). *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat*. Good stats.
- Amnesty. (2021). *Hak Perempuan dan Kesetaraan Gender*. Amnesty.
- Annisa, W. (2013). Analisis stereotip gender dalam pemilihan karir (studi kasus pada siswi smpn 1 pallangga). *Educatations*, 1-14.
File:///c:/users/asus/downloads/analisis wacana STREOTIP.pdf
- ARUMINDYAH, D. R. (2022). *Representasi relasi laki-laki dan perempuan dalam budaya patriarki pada serial "unorthodox" (nomor 18321191)*.
- Asri, A. (2015). *Menikah di Usia 28-32 Tahun, Minim Risiko Cerai*. Okezone.
- Hananni. (2022). *Mengenal 3 Komunitas Perempuan Indonesia yang Aktif dalam Isu Pemberdayaan*. good news.
- Harun AR, M. Q. (2020). Rethinking Peran Perempuan Dalam Keluarga. *KARSA: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, 23(1), 17.
<https://doi.org/10.19105/karsa.v23i1.607>
- Hayati, & Supartiningsih, S. (2013). Buku Ajar Gender Dan Pembangunan. In *NBER Working Papers*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Hidayah, B., Ariyanto, A. A., & Hariyadi, S. (2020). Apakah Emotional Intelligence dipengaruhi gender?: Analisis perbedaan kecerdasan emosi kaitannya dengan manajemen konflik suami-isteri dalam masa kritis perkawinan. *Jurnal Psikologi Udayana*, 7(2), 43.
<https://doi.org/10.24843/jpu.2020.v07.i02.p05>
- Ii, B. A. B., Pustaka, A. T., & Gender, K. (2020). *Mansour Faqih. 2010. Analisis Gender dan Transformasi Sosial . Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm. 7. 14. 14-51*.
- Ismi dwi astuti nurhaeni. (2022). *MODUL DAN BAHAN AJAR KONSEP GENDER DALAM BIDANG PENEGAKAN HUKUM LINGKUNGAN HIDUP DAN KEHUTANAN (1 ed.)*.
- Leon, C. M., & Aizpurua, E. (2023). Do Youth Dream of Gender Stereotypes? The Relationship among Gender Stereotyping, Support for Feminism, and Acceptance of Gender-Based Violence. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph20032439>
- Lorber, J. (2018). The Social Construction of Gender. *Inequality in the 21st Century: A Reader*, 347-352. <https://doi.org/10.4324/9780429499821-61>
- Mansour Fakih. (1996). *analisis gender & Transformasi sosial (1 ed.)*.
- Natha, G. (2017). Representasi Stereotipe Perempuan Dan Budaya Patriarki Dalam Video Klip Meghan Trainor "All About That Bass." *Jurnal e-Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*, 5(2), 1-9.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/7073/6423>
- Nufus, H., & Susanti, N. (2020). Kajian Patriarki Dalam Novel Saya Nujood, Usia 10 Dan Janda Karya Nujood Ali Dan Delphine Minoui. *Jurnal Pendidikan Pemuda Nusantara*, 2(2), 12-22.

- Oecd, S. (2024). *stats oecd*. stat oecd.
- Probosiwi, R. (2017). PEREMPUAN DAN PERANNYA DALAM PEMBANGUNAN KESEJAHTERAAN SOSIAL (WOMEN AND ITS ROLE ON SOCIAL WELFARE DEVELOPMENT). *NATAPRAJA*, 3(1).
<https://doi.org/10.21831/jnp.v3i1.11957>
- Rahayu, M., Pasaribu, R. E., & Christomy, T. (2021). Stereotip Gender Dan Resistensi Perempuan Dalam Novel Gadis Kretek Karya Ratih Kumala. *Kelasa*, 16(2), 259–274. <https://doi.org/10.26499/kelasa.v16i2.226>
- Riona, J., Krisdianato, N., & Garde, A. (1982). *No Title*. 1(2021).
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share : Social Work Journal*, 9(1), 10.
<https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>
- Saputra F, D. Z., & Hayqal Wibisono, R. M. R. (2024). Representasi Stereotipe Perempuan Konsumtif dalam Iklan Shopee Live Semua Diskon. *Jurnal Audiens*, 4(4), 589–597. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i4.297>
- Sarasati, R. (2020). Analisis wacana kritis dalam pembelajaran: Peran AWK pada pembelajaran literasi kritis, berpikir kritis, dan kesadaran berbahasa kritis. *Humanika*, 19(1), 20–29. <https://doi.org/10.21831/hum.v19i1.30156>
- Sari, F., & Sunarti, E. (2017). Kesiapan Menikah pada Dewasa Muda dan Pengaruhnya terhadap Usia Menikah. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 6(3), 143–153. <https://doi.org/10.24156/jikk.2013.6.3.143>
- Sastrawati, N. (2018). *Laki-Laki dan Perempuan Identitas yang Berbeda: Analisis Gender dan Politik Perspektif Post-Feminisme*.
<https://id1lib.org/book/5996253/a62273?dsource=recommend>
- Sosial, S. dan. (2023). *11 Contoh Stereotip Gender yang Melekat di Kehidupan Masyarakat*. Kumparan.
- Spence, K. (2018). *10 Gender balance in the childcare workforce: Why having more men in childcare is important*. oxford academic.
- Suarmini, N. W., Zahrok, S., & Yoga Agustin, D. S. (2018). Peluang Dan Tantangan Peran Perempuan Di Era Revolusi Industri 4.0. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 0(5), 48. <https://doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4420>
- Sumarna, N. (2020). *No Title*. *Syntax Admiration*, 1(6), 737–748.
- Tari, D. N. (2019). *BEI Kerja Sama dengan IFC dan WEPWG Terbitkan Studi Keberagaman Gender*. Market.
- Tjitra, andri triyanto. (2023). *rofil Noni Purnomo, Bos Blue Bird yang Masuk Forbes 50 Over 50 Asia 2023 bersama Sri Mulyani*. Bisnis tempo.
- Wati, D. R. (2022). Media Sosial Youtube Sebagai Penyebar Nilai Kesetaraan Gender. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 3Wati, D.(3), 150–161.
<https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/JCM/article/view/1089%0Ah>
<https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/JCM/article/download/1089/963>
- Widyani, A., Saman, A., Umar, N. F., & Karier, P. (2023). Analisis Stereotip Gender Dalam Pemilihan Karier : Studi Kasus Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *PINISI Journal of Art, Humanity & Sosiial Studies*, 3(1), 111–123.

Wikipedia. (2024). *Sri Mulyani*. wikipedia.

Women, K. (2022). *Perempuan Lebih Emosional daripada Laki-laki, Benarkah?*
kumparan.

Yulianti, R., Putra, D. D., & Takanjanji, P. D. (2018). Women Leadership: Telaah
Kapasitas Perempuan Sebagai Pemimpin. *Madani- Jurnal Politik dan Sosial
Kemasyarakatan*, 10(2), 1689-1699.
