

**ARTIKULASI IDENTITAS IBU-IBU KOMUNITAS NUTRITION CLUB
SURABAYA DI APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi



Oleh:

Nur Fiqhy Yurike Helda Kurnia
NIM. B76215063

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim.

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Nur Fiqhy Yurike Helda Kurnia

NIM : B76215063

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Tambak Asri 23/49 Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 09 Pebruari 2019

Yang menyatakan,



Nur Fiqhy Yurike Helda Kurnia

NIM. B76215063

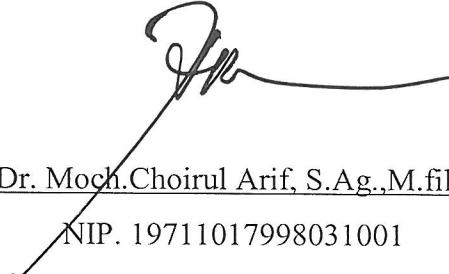
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nur Fiqhy Yurike Helda Kurnia
NIM : B76215063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Artikulasi Identitas Ibu-ibu Komunitas *Nutrition Club* Surabaya di Aplikasi TikTok.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan.

Surabaya, Januari 2019

Dosen Pembimbing,



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag.,M.fil.I
NIP. 19711017998031001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Nur Fiqhy Yurike Helda Kurnia ini telah dipertahankan di
depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 29 Januari 2019

Mengesahkan
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dekan,

Dr. H. Abdul Halim, M. Ag.
NIP. 196307251991031003

Penguji I,

Dr. Moch. Choirul Arief, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 19711017998031001

Penguji II,

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si
NIP. 195409071982031003

Penguji III,

Muchlis, S.Sos.I., M.Si
NIP. 197911242009121001

Penguji IV,

Rahmad Harianto, S.IP, M.Med.Kom
NIP. 197805092007101004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Fiqhy Yurike Helda Kurnia
NIM : B76215063
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : nfirilna46@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Artikulasi Identitas Ibu-ibu Komunitas *Nutrition Club* Surabaya di Aplikasi TikTok.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 07 Februari 2019

Penulis

(Nur Fiqhy Yurike Helda Kurnia)

ABSTRAK

Nur Fiqhy Yurike Helda Kurnia, B76215063, 2019. Teori Identitas Sosial (Artikulasi Identitas Ibu-ibu Komunitas *Nutrition Club* Surabaya di Aplikasi TikTok). Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Artikulasi Identitas, Aplikasi TikTok.

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya diartikulasikan di aplikasi TikTok.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai artikulasi identitas yang dilakukan oleh ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya di Aplikasi TikTok, kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan teori identitas sosial (*social identity*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa artikulasi identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya di aplikasi TikTok, yaitu sebagai pengekspresian jiwa sosialitanya sebagai *social climber*. Hal ini berdasarkan temuan peneliti yang berupa 7 ciri-ciri y. Adapun ciri-ciri yang dimaksud, sebagai berikut: selalu tampil cantik, terlihat *fashionable*, mengikuti *trend*, selalu ingin tahu ‘kepo’, menjadi centil, menggunakan gaya bahasa ‘gaul’, perubahan *gesture* tubuh.

Beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan adalah (1) Adanya pendampingan atau literasi media bagi khalayak media terutama ibu-ibu dalam menggunakan media sosial untuk kepentingan produktif, (2) Disarankan bagi ibu-ibu yang lain untuk tidak mengikuti membuat video TikTok

BAB III	PENYAJIAN DATA	
A	Profil Data	
1.	Profil <i>Nutrition Club</i> Surabaya	41
2.	Visi,Misi dan Struktur Komunitas <i>Nutrition Club</i> Surabaya	41
3.	Tujuan Komunitas <i>Nutrition Club</i> Surabaya	42
4.	Profil Informan	43
5.	Profil Komunitas <i>Nutrition Club</i> Surabaya	49
B	Deskripsi Data Penelitian	
1.	Tahap Pengenalan Aplikasi TikTok	53
2.	Tahap Coba-coba	54
3.	Tahap Promosi ID	60
4.	Tahap Artikulasi	64
		67
BAB IV	ANALISIS TEMUAN	
A	Temuan Hasil Penelitian	72
B	Konfirmasi Temuan dengan Teori	86
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
A	Simpulan	90
B	Saran	90
Daftar Pustaka		
Lampiran		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Ibu Dini Indah di Aplikasi TikTok	56
Gambar 3.2 Ibu Siti Zulaikah dkk di Aplikasi TikTok	58
Gambar 3.3 Ibu Nur Laila di Aplikasi TikTok	62
Gambar 3.4 Ibu Putri di Aplikasi TikTok	66
Gambar 3.5 Ibu Aisyah di Aplikasi TikTok	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kata identitas berasal dari kata *identity* yang berarti ciri-ciri, tanda-tanda atau jati diri yang melekat pada seseorang atau sesuatu yang membedakannya dengan orang lain. Sedangkan dalam terminologi antropologi kata identitas diartikan sebagai sifat khas yang menerangkan dan sesuai dengan kesadaran diri sendiri, golongan, kelompok, komunitas atau negara lain. Artikulasi menurut Chris Barker ialah “menunjukkan pengekspresian atau perepresentasian dan pemanfaatan”¹. Artikulasi lebih diarahkan ke upaya mengekspresikan atau merepresentasikan. Ketika artikulasi dihubungkan dengan identitas maka artikulasi itu merujuk kepada upaya untuk menunjukkan ciri-ciri pembentukan identitas.

Identitas menurut Morrisan, “dapat digunakan seseorang untuk diposisikan dan memposisikan diri dalam sebuah kelompok atau bagian kehidupan”². Orang bisa melihat identitas dari ciri fisik, posisi yang dibuat, hingga profesi yang ditekuni. Demikian ibu-ibu, ketika ibu-ibu menampilkan sebagai wanita karier, dia bisa diidentifikasi sebagai wanita karier. Banyak ibu-ibu yang tidak hanya beridentitas sebagai ibu rumah tangga, seperti contoh: ibu-ibu yang menampilkan sebagai wanita karier, ibu-ibu sebagai motivator, dan ibu-ibu yang aktif dalam organisasi ataupun komunitas.

¹ Chris Barker, *Culture Studies* (London: Sage Publication, 2000) hlm.10

² Chris Barker, *Culture Studies* (London: Sage Publication, 2000) hlm.10
Morrisan, *Teori Komunikasi* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2013) hlm. 184

Menurut Sumijatun, “komunitas (*community*) adalah sekelompok masyarakat yang mempunyai persamaan nilai (*values*), perhatian (*interest*) yang merupakan kelompok khusus dengan batas-batas geografi yang jelas dengan norma dan nilai yang telah melembaga”³. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, refrensi, kebutuhan, resiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas didirikan dengan tujuan agar memberikan manfaat kepada anggota maupun yang bukan anggotanya, seperti komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Komunitas *Nutrition Club* Surabaya merupakan salah satu komunitas yang ada di Surabaya di bidang olahraga.

Anggota dari komunitas *Nutrition Club* Surabaya didominasi oleh ibu-ibu. Profesi yang ditekuni ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya berbeda-beda, mulai dari ibu rumah tangga, karyawati dari suatu perusahaan, hingga ibu-ibu yang memiliki usaha mandiri. Dalam menyatukan kesamaan yang ada di komunitas *Nutrition Club* Surabaya, ibu-ibu berkomunikasi menggunakan sebuah aplikasi yang ada di *smartphone*.

Aplikasi TikTok dinilai cocok untuk digunakan sebagai media pergaulan dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya karena sesuai dengan ibu-ibu yang atraktif. Aplikasi TikTok menjadi aplikasi terpopuler di Indonesia saat ini, terutama dikalangan anak muda. TikTok memiliki konsep serupa dengan Musical.ly, yakni aplikasi yang pernah *booming*

³ Sumijatun dkk, *Konsep Dasar Keperawatan Komunitas* (Jakarta: EGC, 2006) hlm. 229

juga di tahun sebelumnya. Penggunaanya didominasi oleh kisaran umur 11-17 tahun, tetapi tidak menutup kemungkinan TikTok juga digunakan oleh orang dewasa, seperti contoh ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya.

TikTok merupakan sebuah *platform* berbagi video singkat *lipsync* yang bisa dikreasikan dengan berbagai latar lagu⁴. Lewat aplikasi buatan Tiongkok ini, pengguna dapat menghias video *lipsync* dengan sederetan filter atraktif dan kumpulan lagu-lagu kekinian. Aplikasi sosial berupa video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak yang bertujuan agar penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya.

Disisi lain sebagai tempat untuk mengasah kemampuan penggunanya untuk menjadi video kreator, TikTok juga dijadikan ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya sebagai hiburan disela aktifitasnya dengan cara melihat video-video TikTok yang ditampilkan maupun membuat video TikTok sendiri. Namun, seringkali dalam membuat video TikTok ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya tidak memperhatikan regulasi diri yang seharusnya diterapkan. Sehingga, terdapat banyak video yang tidak pantas untuk menjadi contoh bagi perilaku remaja dan anak-anak jaman sekarang.

⁴ Agus Setyo Wardani, "Fenomena TikTok, Baru Booming Langsung Diblokir Kemkominfo" dalam <https://m.liputan6.com/teknologi/read/357728/fenomena-tik-tok-baru-booming-langsung-diblokir-kemkominfo#> diakses tanggal: 24 Oktober 2018.

Seseorang menjadi terlalu kreatif demi video yang lucu dan menarik, sehingga tidak mampu menilai mana yang pantas dan tidak untuk ditampilkan. Mereka hanya berpikir bagaimana cara membuat video yang ok, bagus, menarik dan mendapat banyak respon dari pengguna yang lain tanpa perduli dengan apa yang mereka tampilkan itu baik atau buruk untuk orang lain maupun dirinya sendiri. Oleh karena itu, peneliti menjadikan Artikulasi Identitas Ibu-ibu Komunitas *Nutrition Club* Surabaya di Aplikasi TikTok sebagai tema dari penelitian ini.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya diartikulasikan di aplikasi TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan artikulasi identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya di aplikasi TikTok.

D. Manfaat Penelitian

Dilihat dari tujuan penelitian, maka peneliti mengarahkan penelitian ini untuk dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini dapat menjadi bahan analisis untuk

mengembangkan kajian media dan artikulasi identitas. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan pengguna aplikasi *smartphone*.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Pertama, skripsi yang dilakukan oleh Randy Fajrian (2012), yang berjudul Artikulasi Identitas Pada Pelaku Budaya Populer (Studi Pada *Cosplayer* Hijab). Skripsi ini mengkaji tentang bagaimana *cosplayer* hijab mempertemukan diskursus identitas sebagai *cosplayer* dan hijaber.⁵ Dalam penelitian terdahulu ini terdapat persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu mencari artikulasi identitas suatu objek. Dan perbedaan dari penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian terdahulu membahas tentang studi literatur mengenai *cosplay* hijab lewat penyampaian perumusan definisi *cosplay* hijab, perkembangan *cosplay* di Indonesia dan perkembangan hijab di Indonesia, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang artikulasi identitas ibu-ibu di aplikasi TikTok.

Kedua, skripsi yang dilakukan oleh Apfia Dita Raharja (2017), yang berjudul Artikulasi Fanatisme Elf di Dunia Maya (Studi Dalam Kelompok *The Neo Korean Wave* Dalam Twitter). Skripsi ini mengkaji tentang bagaimanakah elf sebagai kelompok *the neo korean wave*

⁵ Penelitian ini telah dilakukan oleh Randy Fajrian Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia yang berjudul Artikulasi Identitas Pada Pelaku Budaya Populer (Studi Pada *Cosplayer Hijab*).

mengartikulasikan fanatisme mereka melalui twitter.⁶ Dalam penelitian terdahulu ini terdapat persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu mencari artikulasi dari sebuah objek. Dan perbedaan dari penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian terdahulu membahas tentang artikulasi fanatisme elf di dunia maya, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang artikulasi identitas ibu-ibu di aplikasi TikTok.

Ketiga, skripsi yang dilakukan oleh Mita Wijayanti (2018), yang berjudul Hedonisme Sebagai Identitas Pengguna Media Sosial Instagram (Studi Terhadap Penggunaan Media Sosial di Bandarlampung). Skripsi ini mengkaji tentang bagaimanakah fenomena hedonisme sebagai identitas pengguna media sosial instagram berdasarkan studi terhadap penggunaan media sosial instagram di Bandarlampung.⁷ Dalam penelitian terdahulu ini terdapat persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dan perbedaan dari penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian terdahulu membahas tentang fenomena hedonisme sebagai identitas pengguna media sosial instagram, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang artikulasi identitas ibu-ibu di aplikasi TikTok.

⁶ Penelitian ini telah dilakukan oleh Apfia Dita Raharja Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga yang berjudul Artikulasi Fanatisme Elf di Dunia Maya (Studi Dalam Kelompok *The Neo Korean Wave* Dalam Twitter).

⁷ Penelitian ini telah dilakukan oleh Mita Wijayanti Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang berjudul Hedonisme Sebagai Identitas Pengguna Media Sosial Instagram (Studi Terhadap Pengguna Media Sosial Instagram di Bandarlampung).

F. Definisi Konsep

Setiap penelitian dimulai dengan menjelaskan konsep penelitian yang digunakan, karena konsep penelitian ini merupakan kerangka acuan peneliti dalam mendesain instrumen penelitian. Sehingga peneliti memberi batasan definisi yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Artikulasi Identitas

Menurut Chris Barker, “artikulasi menunjukkan pengekspresian atau perepresentasian dan pemanfaatan”⁸. Sedangkan “identitas, menurut argumennya yang dikenal dengan anti-esensialisme, adalah bahwa identitas bukanlah sesuatu yang eksis; ia tidak memiliki kandungan universal atau esensial. Namun, ia merupakan konstruksi diskursif, produk diskursus atau cara bertutur yang terarah tentang dunia ini”⁹. Dengan kata lain, identitas itu dibangun, diciptakan ketimbang ditemukan, oleh representasi, terutama bahasa.

Jadi artikulasi identitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses pengekspresian yang dilakukan oleh ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya dalam menciptakan jati dirinya di aplikasi TikTok.

2. Ibu-ibu Komunitas *Nutrition Club* Surabaya

Sekelompok ibu-ibu aktif berusia 30-50 tahun yang tergabung dalam sebuah komunitas, yaitu komunitas *Nutrition Club* Surabaya.

⁸ Chris Barker, *Culture Studies* (London: Sage Publication, 2000) hlm.10
⁹ *Ibid*

Komunitas ini berada di wilayah Kelurahan Morokrembangan Surabaya.

3. Aplikasi TikTok

Pinyin: Dōuyīnduānshípín; artinya video pendek vibrato). TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik yang berasal dari Tiongkok yang diluncurkan di Indonesia pada bulan September tahun 2016 oleh ZhangYiming, pendiri Toutiao. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri¹⁰. TikTok juga merupakan sebuah aplikasi yang memberikan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah. Sehingga, dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya.

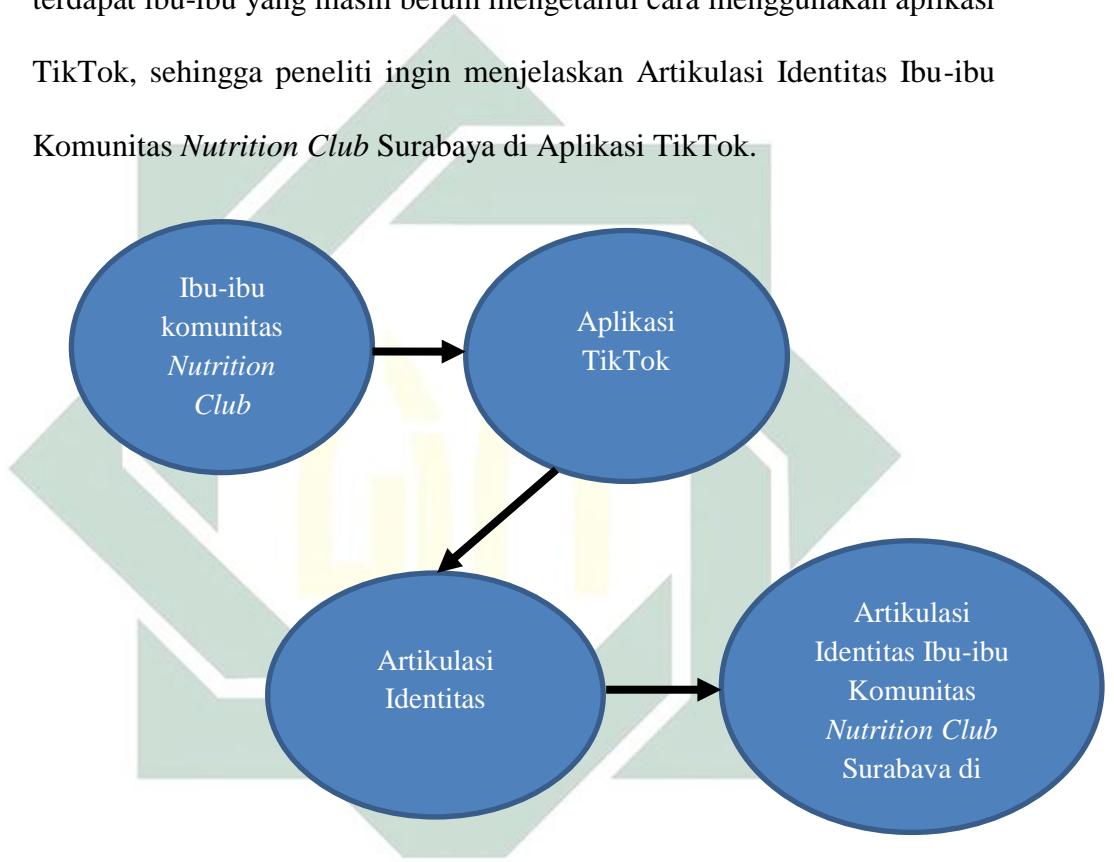
G. Kerangka Pikir Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teori identitas sosial (*social identity*) oleh Henri Tajfel, yaitu bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut¹¹. *Social identity* berkaitan dengan keterlibatan, rasa

¹⁰ Wikipedia, "TikTok (Aplikasi)" dalam [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_\(aplikasi\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_(aplikasi)) diakses tanggal: 24 Oktober 2018.

¹¹ Henri Tajfel, *Social Categorization* (Paris: Larouse, 1982) hlm.31

peduli dan juga rasa bangga dari keanggotaan dalam suatu kelompok tertentu. Penggunaan teori tersebut, dirasa *relevan* dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dimana ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya dalam pergaulannya menggunakan aplikasi TikTok di komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Namun, dalam komunitas terdapat ibu-ibu yang masih belum mengetahui cara menggunakan aplikasi TikTok, sehingga peneliti ingin menjelaskan Artikulasi Identitas Ibu-ibu Komunitas *Nutrition Club* Surabaya di Aplikasi TikTok.



H. Metode Penelitian

Guna memperoleh informasi yang sesuai dengan yang dirumuskan dalam permasalahan dan tujuan penelitian, perlu suatu disain atau rencana menyeluruh tentang urutan kerja penelitian, yakni :

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi karena berperan untuk mengumpulkan data yang berupaya memadukan pengalaman personal dan interpretasi budaya secara sistematis dan menyeluruh guna menjelaskan artikulasi identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Dan penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif karena data yang diambil dan diolah lebih didominasi oleh data deskriptif, bukan angka.

Penelitian kualitatif bertujuan mencari pengertian mendalam tentang suatu gejala fakta atau realita. Fakta, realita, masalah, gejala serta peristiwa hanya dapat dipahami bila peneliti menelusurinya secara mendalam dan tidak di permukaan saja. Kedalaman ini mencirikhaskan metode kualitatif sekaligus sebagai faktor unggulannya. Metode kualitatif akan menggunakan data yang diambil melalui wawancara, observasi lapangan atau dokumen yanag ada.¹²

2. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian

a. Subjek

Subjek penelitian ini ditentukan berdasarkan *purposive sampling* yakni atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian.¹³ Kriteria ditentukan dari perkiraan kapasitas pengetahuan dan pengalaman subjek penelitian

¹² Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009), hlm. 186

¹³ Rachmat Kriyantokno, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007) hlm. 69

terhadap hal yang berkaitan dengan fokus penelitian untuk memberikan informasi yang diperlukan.

Subjek pada penelitian ini adalah 10 ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya pengguna aktif aplikasi TikTok dengan kriteria, sebagai berikut: pengguna aktif aplikasi TikTok, anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya, berusia 40-50 tahun, wanita yang sudah menikah dan memiliki anak. Berikut data informan penelitian, yakni:

- 1) Ibu Aisyah
 - 2) Ibu Sunyami
 - 3) Ibu Siti Zulaikha
 - 4) Ibu Ririn
 - 5) Ibu Sholifah
 - 6) Ibu Nur Laila
 - 7) Ibu Dini Indah
 - 8) Ibu Santi
 - 9) Ibu Widya
 - 10) Ibu Putri

b. Objek

Objek pada penelitian ini adalah artikulasi identitas. Peneliti ingin menjelaskan tentang artikulasi identitas ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya dalam menggunakan aplikasi TikTok.

c. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di kota Surabaya kelurahan Morokrembangan, tepatnya di komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Peneliti memilih ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya karena ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya lebih aktif menggunakan aplikasi TikTok, selalu *update* aplikasi TikTok dan aplikasi TikTok digunakan sebagai media pergaulan di komunitas *Nutrition Club* Surabaya.

3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini mengumpulkan data dari beberapa jenis sumber data, antara lain:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab fokus dalam penelitian.¹⁴ Data primer dalam penelitian ini adalah ibu-ibu pengguna aktif aplikasi TikTok yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Data ini diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pihak informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung data utama atau data primer untuk menjawab fokus penelitian. Data sekunder pada

¹⁴ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006) hlm. 254

penelitian ini meliputi dokumentasi berupa foto dan wawancara dengan ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya, baik dalam bentuk tertulis, cetak, maupun rekaman.

4. Tahap-tahap Penelitian

a. Tahap Pra Lapangan

- 1) Menyusun rancangan penelitian. Peneliti menentukan tema dan judul penelitian, mencari konsep dan fenomena yang akan diteliti. Tahap ini nantinya akan mempermudah dalam penulisan fokus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian. Dalam penelitian ini peneliti memilih judul Artikulasi Identitas Ibu-ibu di Aplikasi TikTok (Studi di *Nutrition Club* Surabaya).
 - 2) Menyiapkan proposal penelitian. Untuk melakukan penelitian, disiapkan rancangan penelitian yang tertulis dalam proposal penelitian.
 - 3) Menentukan informasi, mengurus perijinan untuk persiapan wawancara. Peneliti memilih informan yang tepat dengan *purposive sampling* sehingga mengoptimalkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Kemudian menyiapkan kebutuhan untuk wawancara dan pengumpulan data.

b. Tahap Lapangan

- 1) Memahami latar penelitian dan persiapan diri. Sebelum melakukan penelitian dan persiapan diri. Sebelum melakukan penelitian langsung ke lapangan, peneliti memahami kondisi

tempat, suasana, dan informasi yang diteliti. Dalam hal ini peneliti harus dapat mengetahui di mana dan kapan menemui informan. Melakukan pendekatan kepada informan sehingga memudahkan dalam pengamatan dan wawancara mendalam. Dengan memahami latar penelitian, peneliti akan lebih siap memaksimalkan perolehan data.

- 2) Terjun ke lapangan. Peneliti mulai memasuki lokasi penelitian, menemui informan dan berkenalan, kemudian wawancara informan yang sudah ditentukan secara mendalam. Proses tersebut dilakukan sambil merekam proses wawancara (audio dan mencatat) yang diperoleh.

c. Penulisan Laporan

Langkah akhir dalam penelitian ini adalah membuat laporan penelitian. Laporan penelitian berisi suatu proses dan hasil dari suatu penelitian yang merupakan deskripsi yang disusun secara sistematis, objektif ilmiah dan dilaksanakan tepat pada waktunya.

5. Tenik Pengumpulan Data

Bermacam-macam teknik pengumpulan data, secara umum terdapat empat macam teknik pengumpulan data, diantaranya adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan/*triangulasi*.¹⁵ Data-data dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara mendalam,

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.226

observasi dan disertai dokumentasi dari subyek penelitian atau informan.

a. Wawancara

Menurut Deddy Mulyana, “wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu”¹⁶. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara secara mendalam dengan para informan. Dengan cara seperti ini akan tergali informasi dan pengalaman informan yang menggunakan aplikasi TikTok, sehingga harapan yang di dapat yaitu mengetahui artikulasi identitas yang dilakukan informan, yaitu ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Maka dari itu peneliti dituntut untuk membuat informan lebih terbuka dalam memberikan informasi, karenanya penggunaan pola *purposive sampling* menjadi pola peneliti dalam menentukan informan.

b. Observasi

Observasi merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk mengetahui sesuatu secara langsung dan mendalam. Observasi dilakukan untuk mendalami suatu hal terhadap tindakan dalam bentuk verbal maupun non verbal dari ibu-ibu pengguna aplikasi TikTok. Data yang diobservasi berupa data-data yang ada di komunitas *Nutrition Club* Surabaya yang dapat memenuhi

¹⁶ Dddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm.180

informasi untuk penelitian ini. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lengkap tentang artikulasi identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya di aplikasi TikTok.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya seseorang. Dalam konteks ini peneliti akan melakukan interpretasi dokumen yang berupa tulisan, gambar maupun karya agar memudahkan untuk mengumpulkan informasi tentang artikulasi identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya di aplikasi TikTok.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Lexy, “analisis data adalah proses mengorganisasikan dari mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data”¹⁷. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisa menggunakan Teknik Analisis Model Alir Miles dan Huberman. Teknik ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen: reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta pengujian kesimpulan¹⁸. Melalui teknik ini diharapkan

¹⁷ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002) hlm. 11

¹⁸ Prawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Aksara, 2007), hlm.104-106

tersaji data yang kebenarannya dapat terjaga, meski demikian data yang sudah terkumpul juga dipertimbangkan antara pemahaman antar informan karena tidak jarang terjadi perbedaan pemahaman terhadap data.

a. Reduksi Data

Tahap pertama melibatkan langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. Tahap kedua, menyusun catatan-catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkaitan dengan aktivitas serta proses-proses penelitian sehingga peneliti dapat menemukan tema, kelompok, dan pola data. Tahap terakhir, peneliti menyusun rancangan konsep serta penjelasan-penjelasan mengenai kajian.

b. Penyajian Data

Melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yakni menyatukan data satu dengan data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan. Data yang tersaji berupa data yang kemudian saling dikaitkan sesuai dengan kerangka teori yang digunakan.

c. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan

Kesimpulan hasil penelitian yang diambil dari hasil reduksi dan penyajian data merupakan kesimpulan sementara. Dalam hal ini peneliti masih harus mengkonfirmasi, mempertajam, atau mungkin merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk

sampai pada kesimpulan final berupa artikulasi identitas ibu-ibu di aplikasi TikTok di Surabaya.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Guna memenuhi harapan penelitian, peneliti menggunakan teknik *triangulasi*. *Triangulasi* merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain peneliti dapat me-*recheck* atau penelitiannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori¹⁹. Peneliti melakukan klarifikasi agar data yang didapat keabsahannya tetap terjaga. Untuk itu peneliti menggunakan teknik *triangulasi* kepada informan yang telah memberikan informasi untuk menambah data yang benar-benar valid.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian ini akan menguraikan hasil penelitian dan disampaikan dimana masing-masing bab akan diuraikan hasil penelitian yang telah dilakukan. Maka laporan penelitian ini tersistematikan sebagai berikut:

¹⁹ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012) hlm. 332

Bab I, Pendahuluan. Berisikan tentang latar pelakang mengapa penelitian ini dilakukan, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara akadeis maupun praktis, kajian hasil penelitian terdahulu, kerangka konseptual.

Bab II, Kajian teoritis. Dibagi menjadi dua sub-bab yakni kajian pustaka dan kajian teori. Kajian teori adalah kajian dimana yang menjadi landasan penelitian ini dilakukan.

Bab III, Penyajian data. Dibagi menjadi dua sub-bab yaitu profil data dan deskripsi data penelitian. Profil data yang digunakan untuk memotret kondisi subjek penelitian dan deskripsi data yang merupakan jawaban dari fokus penelitian yang peneliti ajukan.

Bab IV, Intrepetasi hasil penelitian. Dibagi menjadi dua sub-bab yaitu analisis data dan konfirmasi temuan dengan teori. Menguraikan hasil pembahasan terhadap data yang telah terdeskripsikan pada bab sebelumnya. Dengan demikian akan tergambar secara teoretik bagaimana temuan tersebut jika didiskusikan secara teortik.

Bab V, Penutup. Ada dua sub-bab yakni simpulan dan saran. Pada bab terakhir ini peneliti akan menguraikan secara jelas dan singkat mengenai simpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Artikulasi Identitas

a. Pengertian Artikulasi Identitas

Artikulasi menurut Chris Barker ialah “menunjukkan pengekspresian atau perepresentasian dan pemanfaatan”²⁰. Artikulasi lebih diarahkan ke upaya mengekspresikan atau merepresentasikan. Ketika artikulasi dihubungkan dengan identitas maka artikulasi itu merujuk kepada upaya untuk menunjukkan ciri-ciri pembentukan identitas.

Identitas yang dimiliki oleh suatu hal tidak hanya memberi makna tersendiri, namun juga menjadi ciri khas yang melatarbelakanginya. Secara etimologis, kata identitas berasal dari kata *identity* yang berarti kondisi atau kenyataan tentang suatu yang sama, suatu keadaan yang mirip satu sama lain. Identitas juga merupakan keseluruhan atau totalitas yang menunjukkan ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang atau jati diri dari faktor-faktor biologis, psikologis, dan sosiologis yang mendasari tingkah laku individu. Tingkah laku tersebut terdiri atas kebiasaan, sikap, sifat-sifat serta karakter yang berada pada seseorang sehingga seseorang tersebut berbeda dengan orang yang lainnya.

²⁰ Chris Barker, *Culture Studies* (London: Sage Publication, 2000) hlm. 10

Identitas sangatlah penting. identitas membantu masyarakat luas untuk bisa mengenal individu atau kelompok baik dari segi budaya, agama, ataupun politik dan berbagai aspek kehidupan yang lain. Identitas juga bisa memandu seseorang dalam memilih perjalanan dari tujuan hidupnya, misalnya seseorang yang ingin masuk di sebuah komunitas, maka orang tersebut harus mengenal identitas komunitas itu, dengan demikian maka untuk selanjutnya apabila sudah mengenal dan mengerti tentang karakteristik komunitas tersebut dia bisa akan tetap masuk apabila komunitas tersebut positif, sebaliknya akan meninggalkan apabila komunitas tersebut negatif.

Carmazzi menyebutkan, “identitas adalah siapa kita sebenarnya, baik sebagai diri sendiri maupun anggota suatu kelompok sosial”²¹. Gardiner dan Kosmitzki sebagaimana dikutip Samovar, Porter dan McDaniel menunjukkan, “bahwa identitas adalah definisi diri seseorang sebagai individu yang berbeda dan terpisah, termasuk perilaku, kepercayaan dan sikap”²². Ada pula yang menyatakan bahwa identitas adalah konsep diri yang direfleksikan atau gambaran diri bahwa kita berasal dari keluarga, gender, budaya, etnik, dan proses sosialisasi individu. Identitas pada dasarnya merujuk pada pandangan reflektif mengenai diri kita sendiri ataupun persepsi

²¹ Arthur F Carmazzi, *Kecerdasan Identitas* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006) hlm. 123

²² Samovar dkk, *Komunikasi Lintas Budaya* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010) hlm. 382

orang lain mengenai gambaran diri kita. Begitu pula Parekh menyatakan bahwa, “identitas adalah sekelompok manusia yang mewarisi sifat-sifat yang mendefinisikan mereka sebagai jenis individu atau kelompok tertentu dan membentuk sebuah bagian integral bagi pemahaman diri tentang mereka. Pendek kata, identitas mengacu kepada bagaimana manusia membedakan dirinya dengan orang lain, baik sebagai individu maupun anggota kelompok sosial, dan orang lain pun mengakuinya, berdasarkan ciri-ciri tertentu yang melekat padanya”²³. Dengan demikian, setiap manusia selain memiliki identitas diri, juga memiliki identitas kelompok sosial. Kelompok sosial amat penting bagi manusia, di mana kelompok sosial yang muncul atas dasar ikatan primordial antara lain berwujud suku bangsa atau etnik. Dengan mengacu kepada berbagai definisi yang dikemukakan para pakar (van den Berg, 1981; Eriksen, 1993; Sowell, 1989; Barth, 1988; Koentjaraningrat, 1989; Feagin 1993) yang mengkaji tentang masalah etnik, dapat diketahui bahwa etnik merupakan kelompok sosial yang mempunyai tradisi kebudayaan dan sejarah yang sama, memiliki peranan dan bentuk simbol yang sama, memiliki bentuk kesenian yang sama, yang diciptakan dalam ruang dan waktu mereka, dan memiliki domain tertentu yang sama, yang disebut ethnic domain. Ada pula yang

²³ Parekh Bhiku., *Rethinking Multiculturalism Keberagaman Budaya dan Teori Politik* (Yogyakarta: Kanisius, 2008) hlm. 528

menyatakan bahwa etnik adalah kelompok sosial yang anggotanya merasa menjadi satu kesatuan atas dasar suatu identitas etnik, yakni persamaan budaya, bahasa, adat-istiadat, tradisi, agama, peranan dan simbol-simbol yang sama, maupun perjalanan sejarah yang sama. Sehubungan dengan itu, Tilaar menyebutkan, “bahwa identitas merupakan konsep yang sangat erat kaitannya dengan etnisitas. Identitas memiliki pengertian yang berbeda-beda dan sangat luas; misalnya kita mengenal dalam ungkapan sehari-hari seperti identitas Indonesia, identitas suku Batak, identitas suku Jawa, identitas suku Sunda, identitas suku Bali, dan sebagainya”²⁴. Tidak jarang identitas tersebut sebenarnya kadang-kadang berupa stereotip-stereotip, baik yang positif maupun negatif dari suatu etnik. Seringkali pula terjadi generalisasi berlebihan terhadap suatu identitas; misalnya orang Cina identik dengan kerja keras atau bangsa Melayu diidentikkan sebagai bangsa pemalas. Identitas yang berkonotasi identik tersebut harus dipertanyakan, karena stereotip-stereotip yang mengidentikkan suatu etnik dengan sifat-sifat tertentu seringkali tidak terlepas dari perkembangan sejarah suatu etnik atau masyarakat. Dari uraian tersebut menunjukkan bahwa identitas suatu etnik melekat dalam etnik itu sendiri.²⁵

²⁴ HAR Tilaar, *Mengindonesia Etnisitas dan Identitas Bangsa Indonesia* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007) hlm. 343

25 *Ibid.*

Identitas diri bertalian dengan konsepsi yang kita yakini tentang diri kita, sementara harapan dan pendapat orang lain membentuk identitas sosial. Keduanya berbentuk narasi atau menyerupai cerita. Jadi identitas sepenuhnya adalah konstruksi sosial dan tidak mungkin eksis di luar representasi budaya dan akulterasi. Konsepsi tersebut dipertegas dengan menyebutkan bahwa, identitas lahir melalui proses sosialisasi dan identifikasi yang terus-menerus. Oleh karenanya, identitas sudah dirancang dengan sangat seksama, dalam arti dapat mencerminkan sepenuhnya kenyataan obyektif di mana identitas itu berada. Singkatnya, setiap orang ‘adalah’ benar-benar apa yang diandaikan tentang dia. Dalam masyarakat seperti itu, setiap identitas mudah dikenal secara obyektif maupun subyektif. Setiap orang tahu siapa tiap orang lain dan siapa dirinya. Dalam pandangan filsuf terkemuka asal Perancis, Jaques Lacan (dalam Sarup, 2008), identitas berhubungan dengan “dialektika pengakuan”. Dialektika pengakuan ini merujuk pada gagasan bahwa kita mendapatkan pengetahuan tentang siapa diri kita dan bagaimana orang bersikap pada kita. Lacan juga menegaskan bahwa berkat identitas, setiap orang tetap sama, selalu identik dengan dirinya sendiri, dan sekaligus berbeda dengan orang lain. Fenomena ‘pengakuan’ juga dikemukakan Alessandro Pizzorno bahwa, identitas seseorang didefinisikan

oleh orang lain, atau lebih pada pengakuan yang diberikan orang lain.

b. Bentuk-bentuk Identitas

Dalam masyarakat sekurang-kurangnya ada tiga bentuk identitas yang mudah dipantau dan dilihat, yaitu:

1) Identitas Budaya

Identitas budaya merupakan ciri yang muncul karena seseorang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu. Hal ini meliputi pembelajaran tentang dan penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, agama, dan keturunan dari suatu kebudayaan. Misalnya saja kita mengidentifikasi orang Banyumas dengan bahasa ngapak. Orang Flores sebagai orang Katolik. Orang Bali yang identik dengan kebiasaannya minu minuman beralkohol atau tuak. Kita juga menghubungkan kain ulos dengan orang Batak, angklung dengan orang Sunda, dan sebagainya. Dalam artian sederhana, yang dimaksud dengan identitas budaya adalah rincian karakteristik atau ciri-ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok orang yang kita ketahui batas-batasnya saat dibandingkan dengan karakteristik atau ciri-ciri dari kebudayaan orang lain. Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa jika ingin mengetahui dan menetapkan identitas dari suatu budaya

maka harus mengkaji identitas kebudayaan sekelompok manusia melalui cara berpikir/orientasi berpikir kelompok, perasaan dan cara bertindaknya. Hal ini harus lebih diperhatikan, tidak hanya sekedar menentukan karakteristik atau ciri-ciri fisik kebudayaan itu saja.

Lisa Orr menegaskan bahwa, “untuk mengetahui identitas orang lain yaitu pada awal komunikasi, merupakan hal yang paling sulit. Manusia pada umumnya tidak suka mengenal identitas seseorang hanya sepotong-sepotong karena identitas budaya merupakan cultural totalization (totalitas kebudayaan) ²⁶. Totalitas kebudayaan tidak selalu nampak karena dia bersembunyi dibalik konteks multikultural. Maka, dalam cara sederhana manusia mereka-reka ciri khas (bahasa, warna kulit, tampilan wajah, makanan, dsb), batas-batas, dan faktor penentu kebudayaan. Misalnya jika kita mengatakan bahwa A adalah orang Jawa maka kita akan mengidentifikasi dengan memberi batas pada orang jawa dan membedakannya dengan orang dari daerah lain berdasarkan kepribadian, bahasa, kesenian, dan sebagainya.

2) Identitas Sosial

Identitas sosial terbentuk sebagai akibat dari keanggotaan seseorang dalam suatu kelompok kebudayaannya. Tipe

²⁶ Lisa Orr, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. In Liliweri, Alo (Yogyakarta: LKiS, 2003) hlm. 44

kelompok tersebut antara lain umur, gender, pekerjaan, agama, kelas sosial, dan tempat. Identitas sosial diperoleh dari proses pencarian dan pendidikan dalam jangka waktu yang lama. Misalnya dalam membedakan kelompok orang dengan umur. Orang-orang yang masih berusia muda biasanya bernafsu besar, cepat marah, tidak hati-hati dan kurang sabar. Sebaliknya orang tua lebih bersifat sabar, lebih bijaksana dan lambat. Berbeda bila akan memberikan identitas sosial berdasarkan gender. Laki-laki lebih rasional dan mengutamakan hubungan vertikal dan status. Sedangkan perempuan lebih mengutamakan perasaan, mementingkan relasi yang bersifat horizontal, persahabatan dan persaudaraan.

3) Identitas Pribadi

Identitas personal atau pribadi didasarkan pada keunikan karakteristik pribadi seseorang. Biasanya diidentifikasi dari kemampuan dan bakat. Pribadi seseorang dan identitas sosial terbentuk oleh identitas budaya. Perilaku budaya, suara, gerak-gerik anggota tubuh, nada suara, cara berbicara, warna pakaian, bentuk rambut dan sebagainya menunjukkan ciri khas seseorang yang tidak dimiliki oleh orang lain.

2. Komunitas

a. Pengertian Komunitas

Komunitas adalah kelompok sosial yang berasal dari beberapa organisme yang saling berinteraksi di dalam daerah tertentu dan saling berbagi lingkungan. Biasanya mempunyai ketertarikan dan habitat yang sama. Menurut Iriantara, “makna komunitas adalah sekumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kepentingan yang sama”²⁷.

Atau definisi komunitas yang lainnya adalah sebuah kelompok yang menunjukkan adanya kesamaan kriteria sosial sebagai ciri khas keanggotaannya, misalnya seperti: kesamaan profesi, kesamaan tempat tinggal, kesamaan kegemaran dan lain sebagainya. Seperti contohnya: kelompok petani, karyawan pabrik, kelompok warga, kelompok suporter sepak bola dan lain sebagainya.

Menurut Hendro Puspito, kelompok sosial adalah suatu kumpulan nyata, teratur & tetap dari individu-individu yang melaksanakan peran-perannya secara berkaitan guna mencapai tujuan bersama. Lalu menurut Soenarno, komunitas adalah sebuah identifikasi & interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional. Dan menurut Paul B. Horton & Chaster L. Hunt, kelompok sosial adalah suatu

²⁷ Iriantara, Yosal. *Manajemen Strategi Public Relations* (Bandung: Ghalia Indonesia, 2004) hlm. 152

kumpulan manusia yang memiliki kesadaran akan keanggotaannya & saling berinteraksi.

Yang perlu di pertimbangkan dan diperhatikan jika hendak membentuk suatu komunitas. Yang pertama, harus mengumpulkan anggota yang antusias serta benar-benar dapat diandalkan – karena yang namanya komunitas harus ada anggotanya dan anggotanya harus dapat diandalkan untuk mencapai tujuan. Yang kedua, Menentukan media yang sesuai dengan tujuan yang akan dicapai – komunitas jaman sekarang tidak cukup dengan bertatap muka saja, dengan menggunakan media bertatap muka tentunya membutuhkan tempat dimana pertemuan dapat diadakan, jadi keterbatasan waktu dan ruang lingkup serta perencanaan kegiatan membutuhkan banyak persiapan, disinilah gunanya internet dengan menggunakan internet atau media sosial anggota komunitas dapat saling berinteraksi seperti dengan membuat grup, forum dan lain-lain sehingga tujuan akan cepat tercapai. Yang ketiga, Merencanakan program-program serta menyiapkan sumber daya. Tentunya membentuk suatu komunitas harus juga membuat program, jangan hanya membuat komunitas atas dasar semangat dan kemauan saja. Dengan program-program yang dibuat tujuan dari komunitas dapat dengan cepat tercapainya dan jangan lupa sediakan juga sumber daya untuk mendukung program tersebut.

b. Manfaat Komunitas

Adapun beberapa manfaat dari komunitas, diantaranya seperti di bawah ini: Misalnya kita membentuk komunitas bisnis, didalam komunitas kita akan mendapatkan info mengenai bisnis. Atau contoh lainnya kita membentuk komunitas otomotif, disanapun kita akan mendapatkan berbagai macam informasi mengenai otomotif. Dapat menjalankan program dengan arah yang sama dan dapat saling memberikan informasi ter-update satu sama-lain. Lalu dapat menjalin hubungan yang baik dengan orang-orang yang memiliki pemikiran dan tujuan yang sama. Bisa mengetahui dan mewaspadai terhadap program maupun tawaran yang sifatnya menipu. Misalnya kita menjalankan suatu bisnis di internet karena dunia maya dapat dijadikan lahan bisnis, dan di sana juga banyak orang yang mencoba untuk melakukan penipuan. Dengan berkomunitas atau saling berinteraksi kita dapat saling memperingati dan membagi pengalaman. Perlu diketahui bahwa suatu komunitas tidak akan berjalan dengan baik jika anggotanya tidak dapat mematuhi pada ketentuan-ketentuan komunitas itu sendiri, dan tidak berinteraksi satu sama lain, jadi dalam komunitas harus mematuhi ketentuan-ketentuan yang ada dan harus saling berinteraksi.

c. Ciri-ciri Komunitas

1) Kesatuan hidup tetap dan teratur

Kumpulan seseorang yang dikatakan sebagai komunitas sosial adalah mereka yang memiliki kesatuan hidup manusia yang teratur dan tetap yang menjadi faktor pendorong terjadinya hubungan sosial di dalam masyarakat. Hubungan antar anggota di dalam komunitas sosial berlangsung secara intim, akrab, kekeluargaan, saling menolong, saling membantu dan saling menghargai satu sama lain antar anggota.

2) Bersifat teritorial

Ciri-ciri selanjutnya dari adanya komunitas sosial adalah dilihat dari daerah tepat anggota dari komunitas sosial tersebut. Sehingga dengan kata lain, komunitas sosial juga bisa disebut sebagai masyarakat setempat dan tidak mengandung pengertian bahwa komunitas sosial adalah regionalisme atau daerah luas seperti kabupaten atau provinsi. Misalnya komunitas sosial di lingkungan RW, RT atau desa.

3) Benar-benar ada dan nyata

Keberadaan komunitas sosial juga harus benar-benar ada dan nyata. Atau dalam artian, komunitas sosial ini dapat dikenali dan diketahui oleh pihak lain yang biasanya terorganisasi secara formal dan informal.

4) Sadar akan kewajiban

Setiap anggota komunitas sosial harus sadar bahwa mereka adalah bagian dari komunitas sosial tersebut. Hal yang menunjukkan bahwa seorang anggota mengakui keanggotaannya dapat dilihat dari cara berikut:

- a) Adanya sikap imitasi yang dilakukan oleh anggota kelompok dari proses sosialisasi.
 - b) Setiap anggota cenderung ingin sama dengan orang lain.
 - c) Keinginan untuk membela kelompoknya.
 - d) Hubungan timbal balik

Terdapat hubungan timbal balik antar anggota di komunitas sosial. Hubungan ini biasanya terjadi relatif tinggi yang berlangsung secara akrab karena para anggota saling mengenal dengan baik. Faktor ini juga dipengaruhi oleh hasrat dan kemauan tinggi dari para anggota di komunitas sosial tersebut.

5) Faktor bersama

Ciri berikutnya adalah adanya faktor yang dimiliki bersama sehingga hubungan yang terjadi antara anggota komunitas sosial bertambahan erat. Misalnya faktor nasib, kepentingan, tujuan serta ideologi atau pandangan politik yang sama.

6) Struktur, aturan dan pola perilaku

Setiap anggota kelompok dari komunitas sosial tersebut mempunyai status sosial tertentu. Contoh status sosial yang dimiliki baik itu sederajat maupun tidak sederajat saling berkaitan erat dan membentuk sebuah struktur. Misalnya komunitas sosial yang umumnya terdiri dari lapisan atas, tengah dan bawah. Setiap lapisan ini diatur oleh aturan mengikat yang berfungsi sebagai pedoman tentang peranan sesuai dengan statusnya, hak dan kewajibannya, cara bersikap dan bertindak dimana hal ini dijelaskan kepada setiap anggota komunitas sosial.

d. Bentuk-bentuk komunitas

1) Komunitas Berdasarkan Hobi

Jenis komunitas yang pertama biasanya di dasari pada hobi atau minat dalam masyarakat. Sifat manusia yang memiliki kecenderungan untuk melakukan apa yang diskuatinya memberikan dorongan untuk membentuk kesatuan, atas dasar inilah komunitas berdasarkan hobi menjadi bagian daripada masyarakat.

2) Komunitas Berdasarkan Wilayah/Geografi

Jenis komunitas yang kedua, didasarkan pada wilayah atau geografis yang sama. Tujuannya komunitas ini cenderung menjalin keterikatan masyarakat yang utuh, mulai dari

kesamaan sejarah, kesamaan nasib pada masa lalu, ataupun berdasarkan pada persamaan budaya yang ada di wilayahnya.

3) Komunitas Berdasarkan Pada Komuni

Bentuk lainnya, dari komunitas ini didasarkan pada komuni. Komuni adalah pembentuk utama atas dasar kepentingan dan keinginan. Artinya dalam hal ini tujuan komunitas di dirikan atas dasar kepentingan di dalam organisasi sosial dalam masyarakat.

4) Komunitas Subkultur

Bentuk terakhir dari komunitas ini adalah komunitas subkultur, artinya komunitas yang didasarkan pada kepribadian berbeda akan tetapi untuk menyatukannya memiliki kebudayaan khusus atau adat khusus yang hanya berlaku pada komunitas tersebut. Komunitas seperti ini lebih banyak terdapat dalam kelompok anak muda di kota-kota besar.

3. Aplikasi TikTok

a. Pengertian Aplikasi TikTok

TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok yang diluncurkan di Indonesia pada bulan September tahun 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi tersebut membolehkan

para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri²⁸. TikTok merupakan video seluler yang berbentuk singkat. Tujuan dari aplikasi TikTok adalah menangkap dan menyajikan kreativitas, pengetahuan, dan momen dunia yang penting, langsung dari ponsel. TikTok memungkinkan semua orang menjadi pembuat konten, dan mendorong pengguna untuk berbagi semangat dan ekspresi kreatif mereka melalui video mereka. TikTok berbasis di Los Angeles, California, dengan kantor global termasuk London, Tokyo, Seoul, Shanghai, Beijing, Singapura, Jakarta, Mumbai dan Moscow.

Pada awal 2018, TikTok adalah salah satu aplikasi yang paling banyak diunduh di dunia. TikTok tersedia di seluruh dunia untuk iOS dan Android. TikTok menggabungkan elemen paling populer dari kedua aplikasi dengan umpan yang menyoroti komunitas pengguna, selain umpan "Untuk Anda" yang secara unik menyajikan kurasi rekomendasi video hasil personalisasi berdasarkan preferensi tampilan.

Aplikasi ini juga akan memperkenalkan fitur baru yang akan datang termasuk:

1) Fitur "reaksi" yang memungkinkan pengguna untuk bereaksi video teman langsung dari ponsel.

²⁸ Wikipedia, "TikTok (Aplikasi)" dalam [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_\(aplikasi\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_(aplikasi)) diakses tanggal: 24 Oktober 2018.

- 2) Alat kreatif yang disempurnakan seperti filter isyarat interaktif membuka kunci fitur seperti efek kamera cermin funhouse.
 - 3) Filter jenis VR yang dapat diaktifkan hanya dengan berkedip.
 - 4) Efek latar belakang seperti layar hijau.

Alex Zhu, co-founder musical.ly dan Senior VicePresidentTikTok berkata: "musical.ly baru-baru ini mencapai tonggak baru dari 100 juta pengguna aktif bulanan dan kami sangat antusias untuk memasuki babak baru. TikTok, suara dari jam berdetik, mewakili sifat singkat dari platform video. Kami ingin menangkap kreativitas dan pengetahuan dunia di bawah nama baru ini dan mengingatkan semua orang untuk menghargai setiap momen kehidupan yang berharga. Menggabungkan musical.ly dan TikTok adalah kesesuaian alami yang diberikan bersama misi dari kedua pengalaman untuk menciptakan komunitas di mana setiap orang dapat menjadi pencipta²⁹.

Aplikasi TikTok baru menyediakan konten yang menginspirasi, cara yang lebih baik untuk menghubungkan penggemar dan pembuat konten, dan alat pengeditan dan pengeditan video yang mudah digunakan yang

²⁹ Editor1, "Aplikasi Musical.ly Dan TikTok Bergabung Untuk Lancar Platform Video Pendek:" dalam <https://prebiu.com/Biz> diakses tanggal: 24 Oktober 2018.

memberdayakan kreativitas dan memungkinkan setiap pengguna untuk berbagi dan merayakan momen berkesan mereka melalui klip video pendek yang membuat setiap detik berharga. Sebagai bagian dari komitmen TikTok kepada para pembuat konten, TikTok akan meluncurkan serangkaian program pembuat konten baru untuk memberikan dukungan teknis, wawasan kinerja, dan panduan tentang strategi pertumbuhan.

TikTok berkomitmen untuk menciptakan lingkungan yang positif bagi pengguna dan membuat konten. Selain pengalaman pengguna yang disempurnakan, TikTok meluncurkan pusat keselamatan baru yang didedikasikan untuk memberikan kiat dan sumber daya untuk membantu pengguna menavigasi berbagai topik dan membangun pengalaman online yang terasa aman dan ramah. Aplikasi yang ditingkatkan ini juga menawarkan fitur kesejahteraan digital baru dengan peringatan manajemen waktu layar ketika pengguna sudah berada di TikTok selama lebih dari dua jam.

TikTok kini tersedia untuk pengguna baru di mana saja melalui App Store atau cerita Google Play. Pengguna musical.ly yang ada akan secara otomatis meningkatkan ke TikTok ketika mereka memperbarui aplikasi saat ini. Penyatuan platform memungkinkan pengguna untuk

terlibat dengan jaringan yang diperluas yang tersedia di toko aplikasi di seluruh Amerika Utara, Amerika Latin, EMEA, Asia, selain di mana TikTok dan musical.ly sudah ada.

b. Proses Penggunaan TikTok

TikTok merupakan aplikasi untuk membuat dan mengedit video hits di kalangan anak muda zaman now. Ini merupakan aplikasi dimana pengguna harus merekam video terlebih dahulu agar bisa mengedit dengan memberikan efek-efek menarik. Banyak sekali fitur serta efek yang ditawarkan oleh aplikasi Tik Tok. Untuk durasi video, TikTok memperbolehkan pengguna membuat video dengan kurun waktu kurang lebih 30 detik. Langkah-langkah menggunakan TikTok sebagai berikut:

- 1) Masuk ke aplikasi PlayStore.
 - 2) Lalu, search di mesin pencari dengan mengetikkan TikTok.
 - 3) Kemudian, install aplikasinya.
 - 4) Log in Akun Tik Tok.
 - 5) Masuk ke dalam aplikasi Tik Tok yang sudah di download sebelumnya.
 - 6) Kemudian klik simbol orang yang ada di bagian pojok kanan bawah.

- 7) Lalu log in dengan akun FB, Instagram, atau Google. Pilih salah satunya saja.

A. Kajian Teori

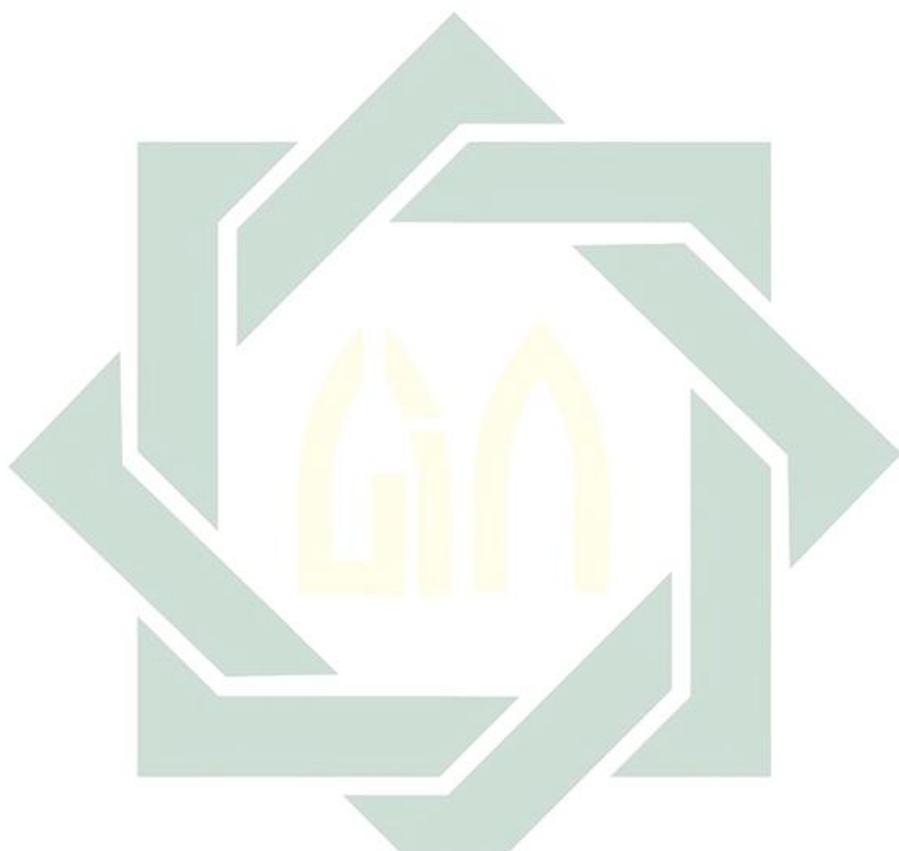
1. Teori Identitas Sosial

Menurut Henri Tajfel, identitas sosial (*social Identity*) adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut³⁰. *Social identity* berkaitan dengan keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga dari keanggotaan dalam suatu kelompok tertentu. Konsep identitas sosial sebenarnya berangkat dari asumsi umum:

- a. Setiap individu selalu berusaha untuk merawat atau meninggikan *self-esteemnya*: mereka berusaha untuk membentuk konsep diri yang positif.
 - b. Kelompok atau kategori sosial dan anggota dari mereka berasosiasi terhadap konotasi nilai positif atau negatif. Karenanya, identitas sosial mungkin positif atau negatif tergantung evaluasi (yang mengacu pada konsensus sosial, bahkan pada lintas kelompok) kelompok tersebut yang memberikan kontribusi pada identitas sosial individu.

³⁰ Tajfel, H. *Social Categorization* (Paris: Larouse, 1982) hlm. 31

- c. Evaluasi dari salah satu kelompok adalah berusaha mengdeterminasikan dan juga sebagai bahan acuan pada kelompok lain secara spesifik melalui perbandingan sosial dalam bentuk nilai atribut atau karakteristik.



BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Profil Data

1. Profil *Nutrition Club* Surabaya

Nama	: Komunitas <i>Nutrition Club</i> Surabaya
Ketua	: Aisyah (44 tahun)
Tanggal berdiri	: 17 September 2014
Jenis komunitas	: Olahraga
Alamat	: Jl. Bangunrejo II/10 Surabaya
Email	: nutritionclubsby01@gmail.com

2. Visi, Misi dan Struktur Komunitas *Nutrition Club* Surabaya

1) Visi

- Terwujudnya keluarga Indonesia yang sehat
- Terpeliharanya masyarakat yang tentram
- Terciptanya lingkungan yang indah

2) Misi

- Mengembangkan Nutrition Club di seluruh pelosok Tanah Air
- Membina organisasi Nutrition Club yang solid dan berdaya guna
- Menyelenggarakan kerjasama dengan organisasi sesama dan organisasi olahraga masyarakat lainnya

3) Susunan Struktur Kepengurusan Komunitas *Nutrition Club*
Surabaya

Bagi Robins, menyatakan bahwa struktur organisasi mengacu pada bagaimana tugas pekerjaan dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan secara formal. Struktur organisasi merupakan suatu alat kontrol bagi organisasi yang menunjukkan tingkat pendelegasian wewenang manajer puncak dalam pembuatan keputusan. Beberapa peneliti menyatakan bahwa terdapat beberapa dimensi teoritis dalam struktur organisasi yaitu dimensi sentralisasi, formalisasi, kompleksitas dan dimensi integrasi. Adapun susunan organisasi yang ada di komunitas *Nutrition Club* Surabaya, yaitu:

Ketua	: Aisyah (44 tahun)
Wakil Ketua	: Sunyami (46 tahun)
Bendahara	: Widya (40 tahun)
Instruktur	: Sholifah (42 tahun)
Koordinator NCS	: Siti Zulaikha (44 tahun)

3. Tujuan Komunitas *Nutrition Club* Surabaya

Ketua komunitas *Nutrition Club* Surabaya, Ibu Aisyah menjelaskan³¹, komunitas ini sengaja dibentuk dengan memiliki tujuan, yaitu: mewujudkan para anggotanya menjadi sehat dan gembira tanpa beban secara jasmani dan rohani. Sebab, jika sehat, maka pikiran akan damai dan indah.

³¹ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Aisyah (ketua komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 21 November 2018

b. Nama : Siti Zulaikha

Pekerjaan : Wirausaha

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 44 tahun

Alamat : Bangunsari I/21 Surabaya

Ibu Siti Zulaikha³³ yang biasa dipanggil bu Siti ini dipilih menjadi informan karena memiliki fungsi sebagai anggota aktif komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Ia memiliki tugas sebagai salah satu koordinator bagi anggota-anggota komunitas *Nutrition Club* yang ada di wilayah Krembangan. Ibu Siti yang seorang pengusaha tersebut merupakan pengguna paling aktif aplikasi TikTok diantara anggota lainnya. Atas dasar itu, peneliti memilih informan ini untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan.

c. Nama : Sholifah

Pekerjaan : Instruktur senam

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 42 tahun

Alamat : Tambak Asri 29/30 Surabaya

Ibu Sholifah³⁴ yang biasa dipanggil dengan sebutan Ibu Shol oleh teman-temannya merupakan instruktur pertama di komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Ibu Sholifah juga mempunyai ciri khas suaranya yang merdu dan *friendly*, dipilih menjadi

³³ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Siti Zulaikha (koordinator komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 24 November 2018.

³⁴ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Sholifah (instruktur komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 24 November 2018

informan karena merupakan mitra *Nutrition Club* Surabaya. Ibu Sholifah sudah bergabung di komunitas *Nutrition Club* Surabaya sejak 4 tahun yang lalu. Dan Ibu Sholifah sangat mengikuti *trend* masa kini yaitu menjadi pengguna aktif aplikasi TikTok. Atas dasar itu, sehingga informan dianggap tepat menjadi sumber informasi yang akurat berkaitan dengan data yang dibutuhkan.

d. Nama : Dini Indah

Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 42 tahun

Alamat : Bangunrejo I/46 Surabaya

Ibu Dini³⁵ dipilih menjadi informan karena sebagai anggota aktif *Nutrition Club* Surabaya. Bu Dini juga merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok dalam kesehariannya. Beliau juga tergolong sering menggunakan layanan *wifi* gratis yang disediakan oleh *Nutrition Club* Surabaya untuk membuka aplikasi TikTok. Ibu Dini tinggal tidak jauh dari tempat berkumpulnya anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Atas dasar itu, sehingga informan dianggap tepat menjadi sumber informasi yang akurat berkaitan dengan data yang dibutuhkan.

e. Nama : Widya

Pekerjaan : Guru

Jenis Kelamin : Perempuan

³⁵ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Dini Indah (anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 22 November 2018

Usia : 40 tahun

Alamat : Bangunrejo III/23 Surabaya

Ibu Widya³⁶ dipilih menjadi informan karena sebagai anggota aktif di komunitas *Nutrition Club* Surabaya dan memiliki tugas sebagai bendahara di komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Tante Widya termasuk salah satu anggota termuda yang ada di komunitas *Nutrition Club* Surabaya dan sangat *up to date* disegala sosial media, terutama aplikasi TikTok. Disela kesibukan tante Widya sebagai bendahara komunitas dan juga seorang guru di salah satu sekolah dasar di kota Surabaya, tante Widya sangat sering menggunakan aplikasi TikTok. Atas dasar itulah, peneliti memilih informan ini untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan.

f. Nama : Sunyami

Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 46 tahun

Alamat : Tambak Asri 23/49 Surabaya

Ibu Sunyami³⁷ dipilih menjadi informan karena sebagai wakil ketua komunitas *Nutrition Club* Surabaya, dimana Ibu Sunyami sudah mengikuti perkembangan dari pertama kali komunitas *Nutrition Club* Surabaya dibentuk dan diperkenalkan

³⁶ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Widya (bendahara komunitas *Nutrition Club* Surabaya) pada tanggal 23 November 2018

³⁷ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Sunyami (wakil ketua komunitas *Nutrition Club Surabaya*) wawancara pada tanggal 19 November 2018.

kepada masyarakat hingga sekarang. Ibu Sunyami juga merupakan pengguna aktif aplikasi Tiktok. Diusianya yang terbilang senior, Ibu Sunyami masih aktif dalam berbagai organisasi/komunitas dan tetap ingin mengikuti kemajuan teknologi. Atas dasar itu, peneliti memilih informan ini untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan.

g. Nama : Ririn

Pekerjaan : Wiraswasta

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 41 Tahun

Alamat : Tambak Asri 23/44 Surabaya

Ibu Ririn³⁸ dipilih menjadi informan karena sebagai anggota aktif *Nutrition Club* Surabaya. Bu Rin sapaannya, memiliki tugas sebagai penyemangat bagi anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya yang lain saat melakukan kegiatan. Ibu Ririn yang notabanya merupakan seorang wiraswasta, ia juga termasuk pengguna aktif aplikasi TikTok. Peneliti memilih informan ini untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan.

h. Nama : Nur Laila

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Wirausaha

Usia : 42 tahun

Alamat : Gadukan Utara I/11 Surabaya

³⁸ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Ririn (anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 20 November 2018

Ibu Nur Laila ³⁹ dipilih menjadi informan karena sebagai anggota aktif *Nutrition Club* Surabaya. Bu Laila sapaannya, memiliki tugas sebagai penyemangat bagi anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya yang lain saat melakukan kegiatan. Ibu Laila yang merupakan seorang wirausaha, tetapi ia juga pengguna aktif aplikasi TikTok. Peneliti memilih informan ini untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan.

i. Nama : Santi

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga

Usia : 43 tahun

Alamat : Tambak Asri 21/15 Surabaya

Ibu Santi⁴⁰ dipilih menjadi informan karena sebagai anggota aktif *Nutrition Club* Surabaya. Bu San sapaannya, memiliki tugas sebagai penyemangat bagi anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya yang lain saat melakukan kegiatan. Ibu Santi yang merupakan seorang ibu rumah tangga, tetapi ia juga pengguna aktif aplikasi TikTok. Peneliti memilih informan ini untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan.

j. Nama : Putri

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga

³⁹ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Nur Laila (anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 22 November 2018

⁴⁰ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Santi (anggota komunitas *Nutrition Club Surabaya*) wawancara pada tanggal 22 November 2018

Usia : 43 tahun

Alamat : Bangunrejo I/05 Surabaya

Ibu Putri⁴¹ dipilih menjadi informan karena sebagai anggota aktif *Nutrition Club* Surabaya. Bu Tri sapaannya, memiliki tugas sebagai penyemangat bagi anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya yang lain saat melakukan kegiatan. Ibu Putri yang merupakan seorang ibu rumah tangga, tetapi ia juga pengguna aktif aplikasi TikTok. Peneliti memilih informan ini untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan.

5. Profil Komunitas *Nutrition Club* Surabaya

Komunitas senam yang beranggotakan 80 orang ini terbentuk sejak 4 tahun yang lalu. Mayoritas anggotanya ialah wanita yang berusia diatas 30-50 tahun dan minoritas anggotanya ialah laki-laki berusia 30-50 tahun. Komunitas ini memiliki tujuan yaitu untuk mewujudkan para anggotanya menjadi sehat dan gembira tanpa beban secara jasmani dan rohani. Sebab, jika sehat, maka pikiran akan damai dan indah.

Peneliti memilih komunitas *Nutrition Club* Surabaya karena komunitas ini memiliki keunikan atau diferensi tersendiri dalam hal mempertahankan ke-eksistensian komunitasnya. Terbukti, mulai dari pengurus hingga anggota komunitas ini merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok. Komunitas *Nutrition Club* Surabaya, selalu *up to date* tentang aplikasi TikTok, bahkan menggunakan aplikasi TikTok

⁴¹ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Putri (anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 21 November 2018

sebagai media pergaulan dalam komunitas. Komunitas *Nutrition Club* Surabaya memiliki jenis komunikasi dalam bidang olahraga, yaitu senam.

Mereka kerap melakukan senam di halaman depan ruko *Nutrition Club* Surabaya, salah satu diantarnya yaitu berlatih senam aerobik. Senam aerobik adalah serangkaian gerak yang dipadukan dengan irama musik yang telah dipilih dengan durasi tertentu. Aerobik mengandung pengertian suatu sistem latihan fisik yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pemasukan oksigen di dalam jaringan tubuh. Pemasukan oksigen ini ditentukan oleh kapasitas maksimal paru-paru saat menghirup udara. Latihan aerobik yang dilakukan secara teratur dengan takaran yang cukup akan memperbaiki kerja jantung dan paru-paru.

Senam aerobik mempunyai banyak manfaat bagi kesegaran tubuh. Tidak heran semakin hari semakin banyak orang yang menggemari senam aerobik. Manfaat senam aerobik, antara lain: meningkatkan daya tahan jantung dan paru-paru, meningkatkan kekuatan otot, meningkatkan kelenturan, membantu mengubah komposisi tubuh, menghindari tubuh menjadi gemuk dan membentuk otot. Adapun aturan latihan senam aerobik, sebagai berikut: pemanasan, gerakan inti, gerakan pendinginan.

Ibu Aisyah⁴², ketua komunitas senam *Nutrition Club* Surabaya mengatakan seluruh anggota grup senam ini berdomisili di kecamatan

⁴² Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Aisyah (ketua komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 21 November 2018

Krembangan Surabaya. Wilayah tempat tinggal anggota itu diantaranya meliputi kawasan Bangunrejo, Bandarejo, Tambak Asri, dan Gadukan.

Awal mula adanya komunitas ini adalah Ibu Aisyah (ketua komunitas *Nutrition Club* Surabaya) pada tahun 2013 menjadi penjual produk makanan sehat. Ia sering mengikuti beberapa club senam sekaligus mempromosikan produk makanan sehat yang ia jual. Aisyah menjelaskan bahwa, diluar *club* senam peminat makanan sehat terlalu sedikit, sehingga ia harus rajin mengikuti beberapa *club* senam secara bergantian. Tetapi itu masih belum bisa menjamin banyaknya peminat makanan sehat yang ia jual. Hingga akhirnya, Ibu Aisyah mempunyai ide untuk membuka komunitas senam sendiri yang dinamakan *Nutrition Club* Surabaya pada tahun 2014.

Ibu Aisyah, sebagai ketua komunitas *Nutrition Club* Surabaya dibantu wakil dan bendahara, yaitu Ibu Sunyami dan Ibu Widya mengelola komunitas. Instruktur pertama komunitas *Nutrition Club* bernama Ibu Sholifah ini masih tetap memimpin senam komunitas ini sampai sekarang. Tempat senam komunitas ini berada di depan ruko *Nutrition Club* Surabaya.

Lebih lanjut lagi Ibu Aisyah⁴³ menjelaskan, kegiatan senam dilaksanakan setiap hari minggu pagi dari pukul 08.00 hingga pukul 09.00 di halaman depan ruko *Nutrition Club* Surabaya. Adapun jenis-jenis senam, diantaranya senam lantai, senam hamil, senam aerobik,

⁴³ Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Aisyah (ketua komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 21 November 2018

senam pramuka, senam kesegaran jasmani, dll. Setelah senam pagi, mereka sempatkan untuk duduk santai bersama-sama di sekitar area senam. Tidak ketinggalan makanan sehat yang disediakan komunitas untuk *breakfast* dan air putih guna mengusir dahaga.

Selain rutin melakukan senam bersama, komunitas *Nutrition Club* Surabaya juga menjunjung tinggi rasa persaudaraan dan peduli terhadap sesama. Contohnya, ketika ada salah satu anggota komunitas yang sedang memiliki hajat, anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya bersama-sama datang ke acara tersebut. Contoh lainnya, komunitas *Nutrition Club* Surabaya pernah menggalang dana guna membantu korban bencana alam di Sulawesi Utara. Para anggota komunitas ini mengumpulkan uang untuk diberikan kepada korban bencana tersebut. Terdapat banyak kegiatan yang ada didalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya selain senam yaitu: pengajian, arisan, kemanusiaan, dll. Terkadang mereka pun kerap berpeleserian ke kawasan asri dan berhawa sejuk guna melepas kepenatan dari rutinitas sehari-hari. Dan mereka juga sering mengikuti lomba senam, baik tingkat nasional maupun internasional. Seperti lomba senam aerobik dan SKJ yang pernah mereka ikuti.

Nutrition Club Surabaya juga memiliki prestasi yang diraih, berikut adalah beberapa prestasi yang pernah didapat dan diikuti:

- 1) Juara I senam aerobik tingkat Kecamatan tahun 2016
 - 2) Juara II senam aerobik tingkat Kota Surabaya tahun 2017
 - 3) Juara III senam aerobik tingkat Kota Surabaya tahun 2018

B. Deskripsi Data Penelitian

Setelah peneliti menyelesaikan tahap-tahap pra lapangan yakni dengan mengurus perijinan kepada informan dan melakukan konfirmasi serta menyiapkan segala kebutuhan untuk proses observasi dan wawancara. Kemudian peneliti melakukan tahap-tahap selanjutnya yaitu mengumpulkan data-data atau informasi dari lapangan dengan cara wawancara mendalam dengan informan. Selanjutnya observasi langsung di komunitas *Nutrition Club* Surabaya untuk melihat secara langsung artikulasi identitas komunitas terhadap aplikasi TikTok, tidak lupa juga menggunakan dokumen-dokumen sebagai data pendukung penelitian. Sumber data dokumen penelitian didapatkan dari komunitas *Nutrition Club* Surabaya berupa Profil komunitas *Nutrition Club* Surabaya, video, dan bentuk-bentuk kegiatan komunitas *Nutrition Club* Surabaya.

Data-data yang sudah diperoleh peneliti adalah untuk menjawab fokus penelitian dalam penelitian ini mengenai identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya diartikulasikan di aplikasi TikTok. Dari hasil pengumpulan data-data melalui observasi, wawancara dan dokumen berikut paparan data yang diperoleh:

Beberapa dari masing-masing informan yang peneliti wawancarai yaitu tentang identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya diartikulasikan di aplikasi TikTok. Berikut ini hasil Interview (wawancara) peneliti dengan narasumber: Pada bulan November - Desember 2018, peneliti turun lapangan dalam upaya mencari data yang sesuai dengan rumusan masalah. Berikut pertanyaan peneliti:

1. Tahap Pengenalan Aplikasi TikTok

Majunya perkembangan teknologi saat ini berbanding lurus dengan perkembangan media sosial. Sifat dasar manusia yang merupakan mahluk sosial membuat semakin banyaknya jumlah media sosial yang ada terutama di Indonesia, namun tidak semua media sosial digunakan oleh orang Indonesia. Banyak *platform* maupun aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video dengan hal menarik pada pengguna *smartphone*, salah satunya terdapat pada aplikasi TikTok. Menurut Busines Insider, “aplikasi TikTok menjadi aplikasi terlaris saat ini mengalahkan aplikasi terlaris sebelumnya yaitu WhatsApp. Terbukti saat ini TikTok telah diunduh dengan angka mencapai 45,8 juta unduhan, sedangkan WhatsApp hanya 33,8 juta unduhan”⁴⁴. Definisi dari TikTok bagi pengguna aktif aplikasi ini pun cukup beragam seperti yang diungkapkan oleh Ibu Aisyah, sebagai berikut:

“TikTok itu sebuah aplikasi berupa video yang berdurasi pendek yang dilengkapi dengan *background music*, efek dan filter yang bisa digunakan untuk mendukung pembuatan video yang keren. Kalau nggak salah durasi videonya nggak sampe 1 menit, mbak. Pilihan latar musiknya beragam, dibedakan menjadi beberapa daftar putar, yaitu: TT Hot, TT Rising, Hits Indo, Travel, Komedi, Kreasimu, Game, Lagu Islami, Trending, Tantangan, Beat, Mood, Winter, Apple Music. Oh iya, macam-macam efek dan filternya juga beragam. Kalau efeknya dikategorikan menjadi beberapa, ada: Hot, New, Indo, Lucu, Gerak, Wajah, Horor. Sedangkan macam-macam filter, ada: Potret, Kehidupan, Vibe dan adapula Kecantikan, yaitu filter yang berfungsi untuk meniruaskan wajah, memutihkan wajah, memperbesar mata dan masih banyak lagi”⁴⁵.

⁴⁴ Business Insider, "TikTok" dalam <https://www.businessinsider.sg/tag/tiktok/> diakses tanggal: 24 Oktober 2018

⁴⁵ Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

Ungkapan Ibu Aisyah senada dengan apa yang diungkapkan oleh Ibu Widya, sebagai berikut:

“Aplikasi berupa membuat video pendek ini dilengkapi dengan latar belakang musik, efek dan filter yang diinginkan untuk mendukung performa apik yang ingin ditampilkan. TikTok punya *list* musik yang lengkap untuk dijadikan latar belakang video. Efek dan filter yang ditawarkan bermacam-macam, tetapi yang paling sering digunakan terutama perempuan adalah efek kecantikan. Efek kecantikan ini dapat menampilkan wajah yang tirus, putih dan cantik pada hasil video”⁴⁶.

Begitu juga yang disampaikan oleh Ibu Sunyami dalam wawancara peneliti bersama beliau:

“Aplikasi yang sedang naik daun, banyak digemari berbagai kalangan. Mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, orang tua, semua suka menggunakan TikTok. TikTok yaitu aplikasi membuat video berdurasi pendek dengan menggunakan background music, efek dan filter yang dapat dipilih sesuai keinginan. Kalau tahunya dari temen-temen komunitas”⁴⁷.

Sedikit berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Ibu Aisyah, Ibu Widya dan Ibu Sunyami, berikut penjelasan Ibu Ririn:

“Setahu saya ya mbak, TikTok itu ya aplikasi yang lagi *booming* sekarang ini. Hari gini nggak tahu TikTok hahaha secara TikTok itu aplikasi jaman *now* mbak jadi ya aneh aja kalau ngga tahu TikTok. Meskipun ngga mainin tapi paling engga tahu lah mbak”⁴⁸.

Ungkapan Ibu Ririn senada dengan apa yang diungkapkan oleh Ibu Dini Indah, sebagai berikut:

“TikTok adalah aplikasi yang memberikan speial effect unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Widya pada tanggal 07 Desember 2018 pukul 15.10 WIB

47 Wawancara dengan Ibu Widya pada tanggal 07 Desember 2018 pukul 15.10 WIB
Wawancara dengan Ibu Sunyami pada tanggal 03 Desember 2018 pukul 10.30 WIB

Wawancara dengan Ibu Ririn pada tanggal 20 November 2018 pukul 18.00 WIB

serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya”⁴⁹.



Gambar 3.1 Ibu Dini Indah di Aplikasi TikTok

Lain hal nya penjelasan dari Ibu Zuaikah yang di wawancaraai oleh peneliti, sebagai berikut:

“Aplikasi sosial video pendek dengan dukungan *music* yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi *content creator*”⁵⁰.

Tanpa menyangka dari penjelasan Ibu Zulaikah, berikut penjelasan dari Ibu Sholifah:

“Sebuah aplikasi yang dapat melakukan pengenalan wajah dengan kecepatan tinggi yang akan disugestikan pada fitur wajah menarik, seperti ekspresi imut, keren, konyol dan memalukan. Selain itu, TikTok juga menyediakan *music background* dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori, mulai dari DJ, Dance, r&B, Western, cute, KKC, Addict, Populer dan masih banyak lagi yang dapat mmebuat video memiliki alunan lagu untuk disesuaikan dengan situasi di video”⁵¹.

⁴⁹ Wawancara dengan Ibu Dini Indah pada tanggal 22 November 2018 pukul 08.00 WIB

50 Wawancara dengan Ibu Dini Indah pada tanggal 22 November 2018 pukul 08.30 WIB
Wawancara dengan Ibu Siti Zulaikah pada tanggal 08 Desember 2018 pukul 12.30 WIB

Wawancara dengan Ibu Sholifah pada tanggal 04 Desember 2018 pukul 17.15 WIB

Sebagian besar pengguna aktif TikTok yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya mendefinisikan TikTok sebagai sebuah aplikasi yang sedang disenangi dan digunakan oleh banyak kalangan berupa video pendek berlatarbelakang musik dengan bermacam pilihan filter atau efek yang unik. Namun jika diketahui dari sumber Wikipedia⁵², definisi dari TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok. Aplikasi tersebut memperbolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri.

TikTok resmi meramaikan industri digital di Indonesia. Peran para influencer dan *public figure* pun menjadi salah satu penunjang dari banyaknya pengguna aplikasi TikTok. Pada peluncuran di Indonesia, TikTok mengundang 100 kreator untuk memperkenalkan aplikasinya. Ada pula beberapa *public figure* muda seperti Salshabilla Adriani dan Suppand Jittaleela yang digaet Tiktok dalam mempromosikan rilisnya aplikasi tersebut. Dengan begitu aplikasi TikTok cepat dikenal oleh masyarakat Indonesia. Berikut penjelasan beberapa pengguna aktif TikTok yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya, diantaranya terdapat penjelasan dari Ibu Aisyah, sebagai berikut:

“Awal mula tahu TikTok dari media sosial karena saya termasuk aktif di berbagai media sosial. Saya pertama kali tahu TikTok dari instagram. Saat itu saya sedang iseng di tombol pencarian yang ada di instagram, lalu menemukan akun orang lain yang berupa video yang keren. Saya penasaran aplikasi yang digunakannya, sehingga saya menelusuri akun tersebut, lalu mendapati nama TikTok”⁵³.

⁵² Wikipedia, "TikTok (Aplikasi)" dalam [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_\(aplikasi\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_(aplikasi)) diakses tanggal: 24 Oktober 2018.

⁵³ Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

Penjelasan dari Ibu Aisyah berbeda dengan penjelasan yang dikatakan oleh Ibu Putri dalam wawancara, sebagai berikut:

“Taunya itu waktu lagi gembar-gembornya pemberitaan Bowo Alpenliebe di aplikasi TikTok. Mbak tau kan? Itu lho pengguna TikTok yang punya *followers* banyak, malah ada yang bilang dia itu “artis TikTok”. *Followers*-nya banyak mbak, yang ngefans juga anak abg abg sampai nggak karuan. Jadi dia itu pernah ngadain *meet and greet* kayak artis-artis gitu mbak. Nah, yang datang itu disuruh bayar 200 ribu, anggep tiket masuk lah mbak. Itu tuh yang bikin geger. Ada yang pro, ada juga yang kontra. Yang pro kan lebih ke ya itu rezeki dia, cuman main TikTok gitu aja udah bisa jadi artis, yang ngefans banyak, sampe diundang jadi bintang tamu di acara-acara, pasti ngehasilin uang dong. Tapi yang kontra, kebanyakan berkomentar negatif dan kesannya menghakimi”⁵⁴.

Sedikit berbeda dengan Ibu Putri begini penjelasan dari Ibu Siti Zulaikah, sebagai berikut:

“Masih baru-baru ini mbak, tapi setelah tau TikTok saya senang menggunakaninya. Bahkan hampir tiap hari saya bikin video TikTok, mbak. Karena teman-teman komunitas *Nutrition Club* Surabaya juga banyak yang menggunakan aplikasi Tiktok”⁵⁵.



Gambar 3.2 Ibu Siti Zulaikah dkk di Aplikasi TikTok

54 Wawancara dengan Ibu Putri pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 16.45 WIB

55 Wawancara dengan Ibu Siti Zulaikah pada tanggal 08 Desember 2018 pukul 12.30 WIB

TikTok dirilis pada bulan September 2016 di Tiongkok dan baru dikenal masuk di Indonesia pada bulan September 2017. Viv Gong, sebagai Head of Marketing TikTok⁵⁶, mengatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu target utama dari TikTok. Bermodalkan statistik, Indonesia merupakan pengguna internet terbesar nomor 6 di seluruh dunia. Dengan strategi yang telah disebutkan, TikTok diperkirakan akan tetap digandrungi oleh banyak kalangan meskipun sempat beredar berita negatif tentang aplikasi tersebut. Terbukti saat ini pada PlayStore, aplikasi TikTok telah diunduh lebih dari 100 juta unduhan dan memiliki rata-rata *rating* yang diberikan oleh penggunanya, yaitu 4,5 dari 5. Berikut penjelasan dari Ibu Santi:

“Awalnya itu dari sosmed mbak, instagram. Waktu buka instagram di beranda, banyak muncul postingan-postingan video punya temen-temen komunitas *Nutrition Club* Surabaya yang ada tulisannya TikTok. Saya penasaran, akhirnya cari tahu di google terus install aplikasinya di playstore hehehe”⁵⁷.

Berbeda dengan Ibu Santi, berikut ungkapan dari Ibu Nur Laila ketika diwawancara oleh peneliti:

“Saya tahunya dari temen-temen komunitas *Nutrition Club* Surabaya, mbak. Jadi waktu ngumpul bareng habis senam disini, temen-temen itu banyak yang ngumpul bikin video gitu. Keliatannya itu seru mbak, tertarik kan saya, akhirnya ikutan hehehe”⁵⁸.

⁵⁶ Admin, "TikTok, Aplikasi Video Canggih yang Mudah Digunakan Resmi Diluncurkan di Indonesia" dalam <http://old.presidentpost.id/2017/09/16/tik-tok-aplikasi-video-canggih-yang-mudah-digunakan-resmi-diluncurkan-di-indonesia/> diakses tanggal: 24 Oktober2018.

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Santi pada tanggal 03 Desember 2018 pukul 13.20 WIB

58 Wawancara dengan Ibu Santi pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 13.20 WIB
Wawancara dengan Ibu Nur Lajila pada tanggal 06 Desember 2018 pukul 09.10 WIB

Lain hal nya dengan Ibu Nur laila, berikut ungkapan dari Ibu Ririn ketika di wawancara oleh peneliti:

“Kalau aku taunya dari anakku, mbak. Jadi dia itu pinjem *handphone* ku, waktu tak lihat dia itu lagi bikin video Tiktok itu tadi. Aku kepo kan, pengen tahu, jadi aku nyoba bikin video sendiri pake aplikasi TikTok itu tadi”⁵⁹.

2. Tahap Coba-coba/Ikut Menggunakan Aplikasi TikTok

Belakangan aplikasi TikTok menjadi primadona bagi generasi muda Indonesia saat ini. Aplikasi yang memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk berkreasi dengan membuat video pendek ini pun langsung melejit dan digandrungi oleh banyak anak muda. Aplikasi TikTok sendiri mengajak pengguna berkreasi membuat video hingga bisa membagikannya kepada teman-teman. Pengguna pun bisa memilih sendiri lagu dan efek filter serta mode yang diinginkan. Berikut ungkapan dari Ibu Aisyah:

“TikTok terdengar asing karena saya belum pernah tahu tentang TikTok. Karena kurang puas, saya mencari informasi tentang TikTok di Google. Saya membaca deskripsi-deskripsi yang dituliskan. Hingga saya tertarik untuk menjajal aplikasi TikTok ini. Pertama saya mendownload atau menginstall aplikasi TikTok dari PlayStore. Setelah terdownload, saya mulai mencoba menggunakananya. Awalnya memang sedikit kebingungan karena terdapat banyak tombol-tombol yang ada didalam aplikasi. Karena masih belum tahu, saya mencoba meng-klik satu per satu tombol yang ada lalu mulai mencoba membuat video. Video TikTok pertama saya, yaitu menirukan suara artis Raisa yang sedang bernyanyi lagu yang berjudul Pemeran Utama dengan cara menggerak-gerakan bibir tanpa mengeluarkan suara ditambah bergaya seperti sedang bernyanyi dihadapan orang banyak. Jadi seolah-olah itu suara saya. Setelah selesai membuat video dan

⁵⁹ Wawancara dengan Ibu Ririn pada tanggal 20 November 2018 pukul 18.00 WIB

melihat hasilnya, saya tidak bisa menahan tertawa dan tidak bisa berhenti tertawa beberapa menit. Tetapi, setelah itu saya menjadi suka dan sering membuat video-video lucu menggunakan aplikasi TikTok⁶⁰.

Ibu Aisyah menambahkan penjelasannya sebagai berikut:

“Saya menggunakan TikTok ketika waktu senggang, biasanya pagi setelah suami berangkat kerja dan anak-anak berangkat sekolah. Tapi saya juga sering menggunakan aplikasi TikTok diberbagai kegiatan bersama yang saya ikuti, contohnya di komunitas senam *Nutrition Club* Surabaya. Biasanya sebelum senam ajakin teman-teman yang lain bikin TikTok. Atau kalau nggak setelah senam itu pasti bikin TikTok rame-rame sama anggota komunitas yang lain. Dari yang awalnya saya sendiri yang menggunakan aplikasi TikTok, merembet ke anggota-anggota yang lain. Dan sekarang semua anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya menggunakan aplikasi TikTok”⁶¹.

Penjelasan serupa diungkapkan oleh Ibu Widya, ketika diwawancara oleh peneliti:

“Kalau sudah punya aplikasinya tinggal buka aplikasi TikTok, pilih *sound* lagu yang diinginkan, lalu rekam video. Setelah itu, edit video dengan pilihan efek maupun *filter* yang sudah disediakan oleh aplikasi Tiktok. Terakhir, upload deh”⁶².

Senada dengan penejelasan dari Ibu Widya, berikut penjelasan dari Ibu Sunyami:

“Buka aplikasi TikTok, klik tanda tambah dan pilih musik, pilih lagu yang diinginkan. Setelah itu rekam video sambil mengikuti gerakan referensi, tambahin filter kalau perlu. Kalau sudah selesai, upload di akun TikTok kamu”⁶³.

Berbeda dengan Ibu Sunyami, berikut penjelasan dari Ibu Dini

Indah ketika di wawancarai oleh peneliti:

⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

62 Wawancara dengan Ibu Widya pada tanggal 07 Desember 2018 pukul 15.10 WIB

63 Wawancara dengan Ibu Sunyami pada tanggal 03 Desember 2018 pukul 10.30 WIB

“Aku masih belum seberapa bisa mbak, jadi ya agak ribet gitu. Biasanya seh didikte sama temen-temen komunitas *Nutrition Club* Surabaya yang sudah lebih tau TikTok duluan. Jadi aku dikasih tahu step-step nya bikin TikTok. Dia disebelah ku, ngasih tahu, aku yang ngeklik sendiri”⁶⁴.

Dan berikut ungkapan dari Ibu Siti Zulaikah, ketika di wawancara oleh peneliti tentang tempat menggunakan TikTok:

“Kebanyakan bikin video TikTok nya ditempat komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Bareng-bareng sama temen-temen. Biasanya itu kalau selesai senam gitu pasti bikin TikTok. Tapi kadang juga sebelum senam juga bikin TikTok mbak hahaha”⁶⁵.

Berbeda dengan jawaban yang diungkapkan oleh Ibu Siti Zulaikah, berikut jawaban dari Ibu Nur Laila:

“Dirumah, mbak. Waktu kosong ngga ada kerjaan alias nganggur hahaha atau kalau engga ya pas setelah anak berangkat sekolah, atau pas anak udah pada tidur atau pas anak lagi mainan diuar gitu saya bikin TikTok mbak”⁶⁶.



Gambar 3.3 Ibu Nur Laila di Aplikasi TikTok

⁶⁴ Wawancara dengan Ibu Dini Indah pada tanggal 06 Desember 2018 pukul 08.00 WIB

65 Wawancara dengan Ibu Dini Indah pada tanggal 08 Desember 2018 pukul 08.00 WIB
Wawancara dengan Ibu Siti Zulaikah pada tanggal 08 Desember 2018 pukul 12.30 WIB

Wawancara dengan Ibu Nur Laila pada tanggal 06 Desember 2018 pukul 09.10 WIB

Bertolak belakang dengan apa yang diungkapkan Ibu Nur Laila, berikut penjelasan dari Ibu Putri:

“Diluar rumah, mbak. Biasanya pas lagi liburan bareng keluarga kemana gitu, ke tempat wisata kan bagus nanti latar belakangnya pemandangan”⁶⁷.

Penjelasan dari beberapa ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya cukup beragam ketika di wawancara mengenai menggunakan aplikasi TikTok bersama siapa, sebagai berikut:

“Sendiri mbak, biasanya itu *lipsync* gitu, ngikutin *hashtag* yang lagi banyak peminatnya. Kalau dirumah itu ngga ada yang mau tak ajakin main TikTok mbak”⁶⁸.

Berbeda dengan penjelasan yang disampaikan Ibu Santi, berikut penjelasan dari Ibu Ririn:

“Kalau aku sama anakku mbak. Anakku cewek yang kedua itu umurnya 9 tahun, seneng mbak diajakin bikin TikTok. Malah kadang aku yang diajak bikin TikTok. Beda sama anakku yang pertama, cowok, umur 11 tahun itu paling susah mbak diajakin bikin TikTok. Dia emang pemalu, jarang becanda juga sama aku jadi nggak suka kalau diajakin bikin video TikTok gitu.”⁶⁹

Ibu Ririn menjelaskan sering bermain TikTok bersama anaknya, namun hal ini berbeda dengan Ibu Aisyah, penjelasannya sebagai berikut:

“Temenlah mbak. Paling sering ya sama temen-temen komunitas *Nutrition Club* Surabaya ini. Setiap selesai senam gitu pasti bikin TikTok, malah kadang pas senam itu kita bikin TikTok mbak hahaha.”⁷⁰

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Putri pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 16.45 WIB

Wawancara dengan Ibu Santi pada tanggal 03 Desember 2018 pukul 13.20 WIB

69 Wawancara dengan Ibu Santi pada tanggal 03 Desember 2018 pukul 15.20 WIB
Wawancara dengan Ibu Ririn pada tanggal 04 Desember 2018 pukul 18.00 WIB

Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

Hal berbeda muncul dari penjelasan Ibu Sholifah yang lebih sering menggunakan TikTok bersama keluarga:

“Sama keluarga mbak, seru-seruan pas ngumpul-ngumpul gitu. Aku tuh orangnya kurang pede mbak, tapi kalau ada temene ya berani. Apalagi gerudukan hahaha.”⁷¹

3. Tahap Promosi ID

Perkembangan teknologi informasi saat ini yang begitu pesat atau biasa disebut dunia maya, seolah-olah telah menggantikan peran hubungan manusia dengan manusia yang saling bertemu tergantikan oleh aplikasi-aplikasi yang ada di gadget/android. Dulu, hubungan antar manusia yang biasanya bercengkerama, berinteraksi dan bersosialisasi dengan langsung bertemu atau bertatap muka. Saat ini cukup dilakukan berinteraksi lewat aplikasi di gadget/android, sehingga muncul yang disebut *social media* atau media sosial bahasa kerennya “Sosmed”.

Banyak media sosial yang kita kenal lewat aplikasi yang tersedia di gadget/android antara lain Facebook, Line, Path, WhatsApp, Instagram, Twitter, dll. Kehadiran media sosial ini berkembang begitu pesat karena salah satu manfaatnya dapat mempertemukan kita dengan saudara, teman, dan orang lain dimana pun berada tanpa ada batasan tempat/lokasi, waktu dan keadaan sehingga menjelma sebagai permainan baru yang seolah-olah tidak bisa lepas dari tangan kita. Agar dapat berteman di media sosial kita harus mengetahui ID dari pengguna lain yang ingin kita ajak berteman. Berikut penjelasan dari Ibu Aisyah:

⁷¹ Wawancara dengan Ibu Sholifah pada tanggal 04 Desember 2018 pukul 17.15 WIB

“Biasanya kita kalau bikin TikTok itu setelah senam, itu rame-rame. Jadi ngumpul disini, di halaman *Nutrition Club* Surabaya terus bikin TikTok. Pernah juga waktu senam itu kita juga bikin TikTok. Seru aja gitu bikin TikTok rame-rame, kadang juga tuker-tukeran ID. Itu di TikTok kan ada ID nya, jadi biar bisa lihat TikTok satu sama lain kita harus jadi teman atau mengikuti. Caranya, ngasih tahu ID masing-masing terus saling mengikuti. Ini juga bisa buat nambah pengikut atau fans. Lumayan lah bisa buat nambah pengikut sama like. Eh tapi, kalau di TikTok itu namanya “hati”, “mengikuti”, “fans”. Maksudnya, kalau hati itu yang suka sama TikTok kita gitu berapa banyak. Semakin banyak yang suka, ya semakin seneng”.⁷²

Senada dengan penjelasan dari Ibu Aisyah, berikut penjelasan dari

Ibu Sholifah:

“Jadi ada mbak yang namanya ID di aplikasi TikTok. ID itu gunanya buat data kita, apa ya namanya, ya semacam barcode gitu ah mbak. Jadi kalau mau temenan ya mesti tahu ID temen kita di aplikasi TikTok. Kalau di komunitas *Nutrition Club* Surabaya ini udah temenan semua mbak, udah pada tuker-tukeran ID nya masing-masing jadi kita tahu kalau ada temen yang ngeposting video baru.”⁷³

Berbeda dengan Ibu Sholifah, berikut penejelasan dari Ibu Santi ketika di wawancarai peneliti:

“ID itu penting banget mbak kalau menurutku. Aku itu paling sering nyuruh temen-temen buat promoin ID ku hahaha biar pengikutnya banyak mbak. Biasanya aku ikut nongol di beberapa akun TikTok nya temen, biar pengikutnya dia itu ihat aku. Terus tak kasih ID aku di keterangannya, jadi mereka kan bisa add aku terus temenan deh di TikTok.”⁷⁴

Senada dengan penjelasan Ibu Ririn, berikut penjelasan dari Ibu Putri:

⁷² Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

73 Wawancara dengan Ibu Sholifah pada tanggal 04 Desember 2018 pukul 17.15 WIB

Wawancara dengan Ibu Ririn pada tanggal 04 Desember 2018 pukul 18.00 WIB

“Saya itu sering dikatain temen-temen narsis mbak gara-gara saya sering upload-upload foto sama video. Saya memang suka foto, saya suka mendokumentasikan momen-momen gitu mbak. Kalau video seh pas ada TikTok aja, sebelumnya ngga pernah mbak. Mangkanya pengikut saya banyak, soalnya saya sering upload sama share ID di kolom komentar pengguna TikTok lainnya.”⁷⁵



Gambar 3.4 Ibu Putri di Aplikasi TikTok

4. Tahap Artikulasi

Memiliki media sosial seolah menjadi kebutuhan bagi banyak orang. Ada banyak hal yang bisa dilakukan dengan mudah melalui media sosial. Mulai dari berinteraksi dengan banyak orang, menjual produk, hingga mencari tau tentang kehidupan orang lain.

Efeknya adalah setiap orang tergantung dan tidak bisa lepas dengan "device" nya yaitu gadget/android. Hal ini membuktikan bahwa manusia adalah mahluk sosial yang selalu ingin berinteraksi dengan banyak orang tanpa ada batasan waktu dan tempat. Kemana dan dimana pun kita jumpai orang yang sedang membawa gadget/android dan sesekali melihat media sosialnya dan tidak jarang berkomentar untuk menunjukkan

⁷⁵ Wawancara dengan Ibu Putri pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 16.45 WIB

eksistensi dirinya. Berikut penjelasan dari beberapa ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya:

“Sering banget sesama anggota komunitas itu berlomba-lomba banyak-banyaknya hati sama fans. Nanti yang paling banyak biasanya jadi sompong, tapi sompong nya cuman becanda, sompong dibuat-buat. Terus yang paling sedikit diantara anggota komunitas pasti abis dibully sama teman-teman anggota yang lain. Itu semua cuman buat becandaan aja, hiburan, biar rame. Kalau saya sih standar, banyak-banyak banget ya engga, dikit juga engga. Jadi lumayan lah, jarang juga kena bully’an. Selain likes, ada juga yang sering kita bahas itu comment. Kolom comment digunakan buat ngomentarin video TikTok yang sedang dilihat. Setiap akun TikTok pasti ada kolom comment nya. Dan pengguna lain TikTok pasti bisa nulis di kolom komentar akun tersebut. Orang biasanya nggunain kolom TikTok itu sebagai tempat buat dia kasih pendapat tentang TikTok oranglain yang dilihatnya. Komentarnya juga beragam, ada yang positif dan ada juga yang negatif. Kalau yang positif itu biasanya nulis gini; “cantik banget”, “lucu banget”, “suka banget”, “auto ngakak”, “bikin ngga bisa berhenti ketawa” dan yang lain. Komentar kayak gitu biasanya buat video-video yang kreatif, lucu, unik dan pasti setelah itu bakal banyak yang niruin. Kalau komentar yang negatif biasanya kayak gini; “kok sampe segitunya sih pengen dapet likes banyak”, “sengaja diliatin biar dibilang body goals”, “kayak tante-tante girang”, “ngga inget umur”, “ngga malu dilihat anaknya” dan masih banyak lagi. Kalau saya sih, alhamdulillah ngga pernah dikomentari sampai yang gimana-gimana. Kebanyakan komentarnya itu, “tante awet muda”, “cantik”, “sosialita” atau paling mentok ya dibilang “centil” gitu-gitu aja sih. Saya kalau TikTok’an itu kalau ngga sama anak atau keluarga ya rame-rame sama temen-temen. Jarang banget TikTok’an sendirian, kurang pede mungkin ya kalau sendirian. Tapi, pribadi sih emang lebih suka bikin TikTok rame-rame sama temen-temen. Seru, apalagi kalau dapet likes banyak rasanya seneng banget terus ditambah banyak komentar-komentar yang positif itu bikin pengen terus bikin TikTok lagi. Seneng dibilang cantik, lucu, apalagi awet muda. Siapa sih yang ngga seneng dipuji, tapi kalau dibilang centil atau sosialita gitu saya tidak terlalu mempermasalahkan. Kan kalau centil ngga selalu berarti negatif, gitu juga sosialita. Kalau ada yang bilang sosialita sih cuman bisa

amin'in aja. Anggapan orang kan bisa jadi do'a dari orang itu buat kita".⁷⁶

Ibu Aisyah menambahkan penjelasannya sebagai berikut:

“Menurut saya, TikTok sebagai aplikasi yang sedang banyak digandrungi oleh berbagai kalangan karena TikTok dapat mengikuti perkembangan zaman dan kemajuan teknologi sekarang ini. Orang dahulu berbeda dengan orang sekarang. Orang dahulu hanya membutuhkan sandang, pangan, papan. Tetapi, orang sekarang membutuhkan sandang, pangan, papan, paketan. Itu sudah pasti. Alasan saya beralih dan memilih TikTok sebagai media sosial yang aktif saya gunakan ialah karena dengan menggunakan TikTok bisa sangat membantu saya untuk menghilangkan kejemuhan. TikTok saya gunakan sebagai hiburan, penghilang rasa jemu atau bosan yang setiap kali saya alami. Ketika jemu saya membuka aplikasi TikTok, melihat-lihat unggahan-unggahan video baru dari pengguna lain, bahkan membuat TikTok sendiri di akun saya untuk menghilangkan kejemuhan. Saya merasa sangat terhibur saat melihat unggahan video dari pengguna lain di aplikasi TikTok. Atau saat ketika likes dan comment yang ada di video yang saya unggah bertambah, saya lebih merasa senang”.⁷⁷



Gambar 3.5 Ibu Aisyah di Aplikasi TikTok

76 Wawancara dengan Ibu Aisyah pada 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

77 Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

Berbeda dengan Ibu Aisyah, berikut penjelasan dari Ibu Sunyami yang di wawancara oleh peneliti:

“Saya sebenarnya pakai TikTok itu cuman buat hiburan saja mbak. Saya suka lihat TikTok, saya juga suka bikin TikTok, tapi saya ngga sampai terlalu yang gimana-gimana gitu sama TikTok. Kan ada orang yang main TikTok itu sampai niat banget, lebay, *ngga karuan* gitu. Kebanyakan mereka yang kayak gitu kan pengen jadi pusat perhatian. Misal ada yang pengen dibilang cantik, ya dia bikin TikTok nya itu yang bagus-bagus. *Dandan*, pake baju bagus, TikTok nya juga milih lagu, efek, filter yang bikin dia kelihatan cantik, pokoknya dia ngga ada kekurangan nya lah, *perfect*. Awalnya saya heran, kok sampai segitunya. Tapi, makin kesini sih jadi biasa aja, udah ngga heran. Soalnya media sosial sekarang itu canggih-canggih mbak, kalau kata saya ya bisa jadi panggung *bongkar-pasang* orang. Kan kita ngga tahu aslinya orang itu gimana, kita tahu cuma pas dia main di TikTok itu kayak gini gini gini, tapi ya ngga tau lagi aslinya gimana hahaha”.⁷⁸

Berbeda dengan Ibu Sunyami, berikut penjelasan dari Ibu Ririn yang di wawancara oleh peneliti:

“Saya suka pakai aplikasi TikTok itu karena saya bisa nemuin dunia baru mbak, dunia yang *take pengenin* hehehe Soalnya di aplikasi TikTok itu saya jadi seseorang yang dikagumi banyak orang, meskipun orang itu ngga pernah ketemu atau kenal saya. Ketika saya memposting hasil video TikTok yang baru saya buat, tidak perlu menunggu lama, banyak yang menyukai bahkan mengomentari. Komentar yang diberikan bermacam-macam. Saya sering dibilang cantik, mama hits sampai body goals. Jika ada komentar yang bagus-bagus, saya pasti langsung bales komentar nya. Senang rasanya kalau dikomentari kayak gitu, jadi ngerasa bangga gitu mbak sama diri sendiri. Kadang malah ada yang nganggup saya itu ibu-ibu sosialita. Saya kaget, tapi ya seneng juga hahaha”⁷⁹

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu Sunyami pada tanggal 03 November 2018 pukul 10.30 WIB

79 Wawancara dengan Ibu Suryani pada tanggal 03 November 2018 pukul 10.30 WIB
Wawancara dengan Ibu Ririn pada tanggal 20 November 2018 pukul 18.00 WIB

Dengan latar belakang sebagai pengusaha Ibu Zulaikah memiliki perbedaan pendapat dengan apa yang disampaikan oleh Ibu Ririn sebelumnya, sebagai berikut:

“Keseharian saya sebagai pengusaha dengan kegiatan yang cukup padat membuat saya membutuhkan sesuatu yang dapat me-refresh pikiran saya ketika sedang jemu. Saya memilih aplikasi TikTok karena ketika saya membuka aplikasi TikTok saya mendapatkan banyak hiburan dari unggahan-unggahan video dari pengguna lain aplikasi TikTok. Bahkan disela-sela kesibukan, saya sering menyempatkan waktu untuk membuat TikTok untuk menghibur diri.”⁸⁰

Penjelasan dari Ibu Ririn dan Ibu Siti Zulaikah berbeda dengan penjelasan dari Ibu Sholifah, sebagai berikut:

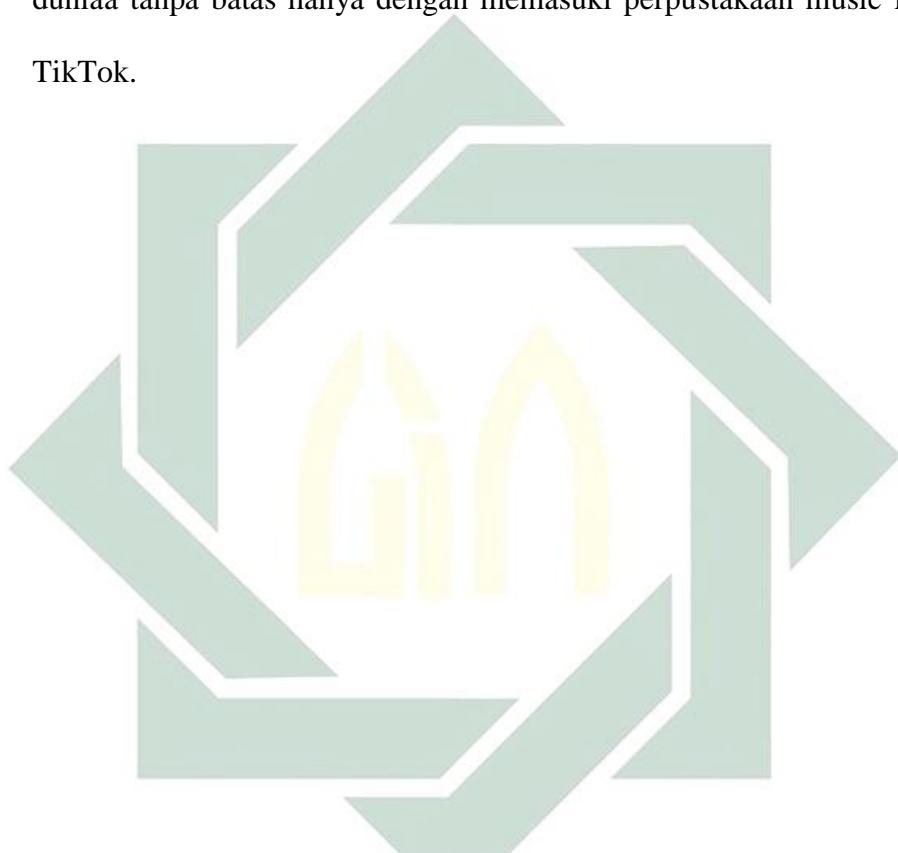
“Saya menggunakan aplikasi TikTok hanya sebatas hiburan saja. Karena teman-teman sekarang banyak yang main TikTok, jadi saya juga ikut-ikutan main TikTok. Gara-gara teralu sering kita main aplikasi TikTok, sampai-sampai setiap ketemu kita ngga pernah sekalipun ngga bahas TikTok hahaha. Karena memang setiap hari pasti ada video-video TikTok terbaru yang pengen kita bikin bareng-bareng. Tapi dari awal saya sudah berpikiran kalau main TikTok nya ngga bener, pasti bakal kena dampak negatif nya. Banyak contohnya, ada tetangga saya yang pernah berantem gara-gara istrinya keseringan main TikTok jadi kurang ngurusin anaknya. Bahaya kan mbak. Mangkanya saya batesin kalau main TikTok biar ngga kejadian kayak gitu.”⁸¹

TikTok adalah sebuah dunia baru yang oleh anak muda diistilahkan sebagai ‘gue banget’. TikTok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Aplikasi ini menghadirkan speial effect yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Melalui kombinasi buatan dan teknologi

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Siti Zulaikah pada 24 November 2018 pukul 13.00 WIB

Wawancara dengan Ibu Sri Zulankar pada 27 November 2018 pukul 15.00 WIB
Wawancara dengan Ibu Sholifah pada tanggal 20 November 2018 pukul 15.00 WIB

pengangkap gambar, kreasi video akan disederhanakan dan ditingkatkan. Di saat bersamaan performa video pun turut ditingkatkan. Dalam aplikasi tikTok terdapat efek shaking and shivering pada video dengan electronic music, mengubah warna rambut, 3D stickers dan property lainnya. Sebagai tambahan, kreator dapat lebih mengembangkan bakatnya lagi dan membuka duniaa tanpa batas hanya dengan memasuki perpustakaan music lengkap TikTok.



BAB IV

ANALISIS DATA

A. Hasil Temuan Penelitian

Dalam penelitian deskripsi kualitatif analisis data merupakan sebuah tahapan yang sangat bermanfaat untuk menelaah data yang telah diperoleh dari beberapa informan yang telah peneliti pilih selama penelitian berlangsung. Maka dari itu, disini peneliti memaparkan hasil penelitian ketika melakukan penelitian melalui berbagai metode, baik wawancara, observasi lapangan, catatan lapangan maupun dokumentasi. Selain itu analisis data juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran dari penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian mengenai “Artikulasi Identitas Ibu-ibu Komunitas *Nutrition Club* Surabaya di Aplikasi TikTok”.

Secara sistematika pembahasan pada bab ini akan dibagi menjadi beberapa sub bab yang akan menjadi poin pembahasan sebagai analisis dari temuan data yang telah dijelaskan di bab sebelumnya. Adapun pada bab pembahasan ini akan peneliti jelaskan bagaimana identitas ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya diartikulasikan di aplikasi Tik-Tok. Dimana terdapat pengguna aktif aplikasi TikTok yang merupakan salah satu dasar adanya artikulasi identitas yang dilakukan oleh komunitas *Nutrition Club* Surabaya.

Pada bab ini akan menyajikan pembahasan dalam bingkai teori identitas sosial (*social identity*) yang dikemukakan oleh Henri Tajfel⁸² yang menjadi landasan berpikir dalam penelitian. Penelitian ini akan melihat bagaimana media sosial mempengaruhi identitas penggunanya, dalam teori identitas sosial bertujuan untuk menampilkan kelompok tersebut agar lebih eksis. *Nutrition Club* Surabaya merupakan salah satu kelompok komunitas yang ada di Surabaya dalam bidang olahraga (senam).

Dari hasil observasi dan wawancara yang berkaitan dengan Artikulasi identitas Ibu-ibu Komunitas *Nutrition Club* Surabaya menghasilkan temuan sebagai berikut:

Artikulasi Identitas Ibu-ibu Komunitas *Nutrition Club* Surabaya di Aplikasi TikTok

Berdasarkan analisis terkait wawancara, observasi lapangan, catatan lapangan maupun dokumentasi, peneliti menemukan beberapa ciri-ciri yang menunjukkan ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya mengartikulasikan identitasnya ketika menggunakan aplikasi TikTok. Ciri-ciri tersebut adalah:

1. Selalu tampil cantik

Sebelum menjadi pengguna aktif aplikasi TikTok, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya dalam melakukan kegiatannya tidak menggunakan *make up*. Menggunakan *make up* dirasa sia-sia karena dalam melakukan kegiatannya yaitu senam *aerobic*, ibu-ibu

⁸² Henri Tajfel, *Social Categorization* (Paris: Larouse, 1982) hlm. 31

komunitas *Nutrition Club* Surabaya pasti banyak mengeluarkan keringat. Karena senam merupakan salah satu kegiatan olahraga yang membuat berkeringat yang bermanfaat untuk membuang racun dari tubuh, memperlancar sirkulasi darah, membakar kalori, menurunkan stress dan masih banyak lagi. Sehingga, jika ibu-ibu menggunakan *make up* ketika akan senam, *make up* akan luntur atau hilang terkena keringat.

Namun hal tersebut tidak berlaku untuk sekarang ini, setelah menggunakan aplikasi TikTok ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya menjadi rajin dalam merias wajah. Hal ini dilakukan karena ketika sebelum maupun setelah senam, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya pasti akan berkumpul dan bersama-sama membuat video TikTok. Dan saat membuat video TikTok, mereka berlomba-lomba untuk memperlihatkan penampilan terbaik mereka. Tidak heran jika ada juga yang membawa alat *make up* ke tempat senam, karena ketika selesai senam apabila *make up* sudah luntur terkena keringat, mereka dapat memperbaiki *make up* yang sudah luntur dengan cara menambah atau menggunakan *make up* kembali pada bagian-bagian yang luntur. Tentu saja hal ini dilakukan agar mereka selalu tampil cantik dan agar mendapatkan respon yang baik dari pengguna yang lain.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)⁸³, cantik yaitu elok; molek (wajah, muka perempuan) indah dibentuk dan buatannya.

83 Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

Berbagai macam artikel yang membahas tentang ‘arti dari cantik?’.

Seperti artikel dari Amy⁸⁴ yang menyatakan bahwa cantik adalah apapun yang secara seksual menarik untuk pria: fitur tubuh molek, bibir yang terlihat ‘penuh’, dagu yang lancip dan mata yang besar.

Kecantikan yang kasat mata seperti ini, sering membuat terpana dan secara tidak sadar orang pada umumnya mempunyai ekspektasi yang lebih tinggi kepada prempuan yang terlihat cantik. Dale⁸⁵ berkata bahwa cantik secara tidak sadar seringkali dikaitkan dengan sifat-sifat lain, seperti: pintar, manis, atau mudah bergaul. Namun, cantik menurut ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya adalah seorang perempuan yang selalu menggunakan *make up* di kesehariannya.

2. *Fashionable*

Dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya, *fashion* menjadi salah satu hal yang terpenting setelah menggunakan aplikasi TikTok. Berbeda dengan dulu, *fashion* tidak diperhatikan. Dulu sebelum menggunakan aplikasi TikTok, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya tidak memiliki patokan busana yang digunakan sebagai pakaian ketika senam. Pada awal mulanya pakaian yang digunakan untuk senam, yaitu atasan berbahan kaos dan bawahan celana training. Kini berubah menjadi menggunakan atasan dan bawahan berbahan spandek atau yang biasa disebut lycra. Spandek lycra adalah bahan

⁸⁴ Amy Alkon, "The Truth About Beauty", *Psychology Today*, Vol.6, No.1, Februari 2010, hlm. 155

⁸⁵ Dale Archie, "The Psychology of Beauty", *Psychology Today*, Vol. 6, No.1, Februari 2012, hlm. 165.

kaos lembut dan terbuat dari serat sintetis yang sangat *elastic*. Meskipun terbuat dari serat sintetis, bahan spandek lycra sangat adem dan cukup memiliki daya serap. Spandek lycra dipilih ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya menjadi bahan pakaian untuk senam karena mempunyai tekstur halus dan licin dengan tampilan sedikit berkilau seperti satin. Bahannya yang ringan dan jatuh sehingga sangat baik dalam mempertahankan bentuk dari model bajunya. Tentu sangat terlihat ketat jika dipakai dan dapat membentuk lekukan tubuh yang sesuai dengan keinginan ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya, tidak terkecuali dengan ibu-ibu yang menggunakan hijab.

Dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya pada saat ini, ibu-ibu yang berhijab juga menggunakan pakaian senam berbahan spandek lycra. Jika dulu mereka menggunakan kaos lengan panjang, celana training dan berhijab panjang, sekarang mereka menggunakan pakaian senam berlengan panjang berbahan spandek lycra. Hijab yang digunakan tidak lagi panjang, tetapi menggunakan hijab yang dapat ditekuk atau ditali menjadi pendek. Sehingga tetap terlihat *fashionable*.

Model pakaian senamnya pun beragam, mulai dari berlengan hingga tanpa lengan; polos hingga bercorak; pemilihan warna yang digunakan pun menarik dan bermacam-macam. Ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya memilih pakaian senam yang *full colour* agar dapat menambah kesan energik. Dan ada pula yang memakai pakaian senam berwarna mencolok agar menjadi pusat perhatian. Tidak lupa atribut pendukung yang lain seperti bandana yang digunakan agar

rambut tidak mengganggu ketika senam, penjepit siku senam yang digunakan agar terhindar dari cedera siku dan juga sepatu olahraga yang nyaman untuk digunakan senam.

Fashionable terlihat jelas di komunitas *Nutrition Club* Surabaya karena mereka sangat memperhatikan busana yang dipakainya dari kepala hingga kaki. Pilang⁸⁶ menyatakan bahwa kecenderungan pada *trend* busana baru lebih dimotifasi oleh sebuah pemikiran bagaimana seseorang mengekspresikan diri lewat pakaian yang mereka pakai. Dan hal ini sesuai dengan yang dikatakan Malcolm⁸⁷, *fashion* adalah salah satu cara bagi suatu kelompok untuk mendefinisikan dan membentuk diri mereka sendiri sebagai suatu kelompok tertentu agar mereka lebih yakin dengan penampilan mereka sendiri dan lebih percaya diri.

3. Mengikuti *trend*

Setiap harinya aplikasi TikTok selalu memunculkan hal-hal baru yang membuat penggunanya tidak merasa bosan untuk terus membuka dan menggunakan aplikasi TikTok. Hal ini juga terjadi pada ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya, setiap bertemu sebelum melakukan kegiatan senam ibu-ibu selalu membicarakan postingan video TikTok yang sedang *trend* atau banyak dibuat oleh pengguna aplikasi TikTok yang lainnya. Melalui postingan-postingan video terbaru yang ada di aplikasi TikTok, ibu-ibu mencoba menirukan video

⁸⁶ Yasraf Amr, Pilang. *Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks Mediator*. Vol 5, No. 2, 2004.

⁸⁷ Malcolm Barnard. *Fashion sebagai Komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutradara, 2007) hlm. 274

TikTok terbaru yang sedang *trend*. Mengikuti *trend* yang sedang banyak digunakan oleh pengguna aplikasi TikTok yang lain menjadi salah satu kewajiban bagi ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Tidak hanya dalam hal postingan video, tetapi juga dalam beberapa hal yaitu: cara berpakaian, cara merias diri, dan cara menampilkan diri.

Trend adalah segala sesuatu yang sedang dibicarakan, disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu. Pada saat ini trend #TikTokWish yang berlangsung pada tanggal 29 Desember 2018 – 6 Januari 2019, dimana pengguna aplikasi TikTok dapat membuat video TikTok dengan mengungkapkan keinginan untuk tahun depan di TikTok dengan video yang dilatar belakangi *background* ala peramal handal.

Trend atau *mode/fashion* adalah gaya berpakaian yang popular dalam suatu budaya. Secara umum, fashion termasuk makanan, bahasa, seni dan arsitektur. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)⁸⁸, *trend* atau *mode* merupakan bentuk nomina yang bermakna ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (tata pakaian, potongan rambut, corak hiasan dan sebagainya). Sedangkan menurut Malcolm⁸⁹, *trend* atau *fashion* adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan seseorang, tidak seperti dewasa ini yang memaknai *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang.

⁸⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

⁸⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Malcolm Barnard. *Fashion sebagai Komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutra, 2007) hlm. 274

4. Selalu ingin tahu ‘kepo’

Aplikasi TikTok dijadikan media sosial utama oleh ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Dalam menggunakan aplikasi TikTok mereka mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tentu ini dapat terjadi karena adanya rasa selalu ingin tahu tentang fitur-fitur yang terdapat di dalam aplikasi TikTok. Rasa ingin tahu atau biasa disebut ‘kepo’ ialah suatu hal yang dapat dimiliki siapa saja, termasuk ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya. ‘Kepo’ mempunyai banyak arti karena itu merupakan sebuah singkatan. ‘Kepo’ adalah akronim dari *Knowing Evers Particular Object* yang artinya sebutan untuk orang yang serba ingin tahu dari detail sesuatu, baik yang terlintas dibenaknya akan ditanyakan terus menerus. Ada lainnya, kata ‘kepo’ berasal dari dua kata bahasa Inggris yang menunjukkan *care full* yang artinya ‘peduli banget’. Kata *care full* mengalami transformasi *care full* => ker pol => kepo. Dari berbagai arti tersebut dapat disimpulkan, ‘kepo’ yaitu orang yang serba ingin tahu, kadang sok tahu, meskipun itu bukan urusannya.

Setiap kali membuka aplikasi TikTok, mereka mendapatkan hal baru dari postingan-postingan pengguna lain yang dijadikan sebagai *refrensi* oleh ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya dalam membuat video TikTok, ketika menemukan video TikTok yang menarik dari pengguna lain. Selain hal menarik, mereka juga sering memperhatikan hal-hal yang lain, contohnya ketika menemukan postingan video TikTok yang menampilkan seorang ibu-ibu berparas

cantik yang sedang duduk bersantai di dalam rumah yang terlihat sangat mewah, dengan cepat mereka mencari informasi-informasi yang dapat menjawab rasa ‘ke-kepoannya’. Pertanyaan yang muncul akibat ‘ke-kepoannya’ meliputi: ‘Siapa orang itu?’, ‘Apa pekerjaannya?’, ‘Benarkah itu rumahnya?’. Dan melalui kolom komentar mereka mencari tahu dengan membaca setiap komentar yang dituliskan oleh pengguna lain yang juga melihat postingan video tersebut, berharap ada komentar yang dapat menjawab rasa ‘ke-kepoannya’ atau bahkan langsung bertanya dengan mengkomentari postingan tersebut.

5. Menjadi centil

Setelah menggunakan aplikasi TikTok, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya menjadi sangat aktif dan centil setiap melakukan kegiatan. Menjadi centil merupakan sesuatu yang sering dilakukan ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya dalam membuat video TikTok. Namun tanpa disadari, hal tersebut berpengaruh dalam kehidupan sehari-harinya. Awal mulanya ibu-ibu hanya bersikap centil ketika sedang membuat aplikasi TikTok, tetapi sekarang terbawa di kehidupan sehari-harinya. Dulu sebelum menggunakan aplikasi TikTok, ketika sedang senam, terkadang ada gerakan-gerakan senam yang tidak diikuti oleh mereka karena merasa malu. Tetapi sekarang, gerakan apapun yang dicontohkan oleh instruktur senam diikuti semua oleh ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Mereka malah merasa senang dan tertantang untuk melakukan setiap gerakan yang

diberikan instruktur senam, bahkan diluar kegiatan senam sering kali ibu-ibu berjoget-joget ketika sedang membuat video TikTok bersama-sama.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)⁹⁰, centil yaitu suka bergaya; genit; tingkah yang dibuat-buat untuk bergaya. Hal ini sesuai dengan yang dilakukan ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya, mereka sengaja bergaya agar mendapat perhatian dari orang lain maupun temannya dalam menggunakan aplikasi TikTok maupun di kesehariannya.

6. Berbahasa ‘gaul’

Ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya dalam menggunakan aplikasi TikTok secara tidak sadar telah mengikuti gaya bahasa ‘gaul’ yang digunakan oleh pengguna aplikasi TikTok yang lain. Hal tersebut mulai disadari ketika telah menggunakan gaya bahasa ‘gaul’ secara berulang-ulang dan mulai menerapkan di kehidupannya. Albertine⁹¹ mengungkapkan, gaya bahasa adalah bahasa yang bermula dari bahasa yang biasa digunakan dalam gaya tradisional dan literal untuk menjelaskan orang atau objek. Dengan menggunakan gaya bahasa, pemaparan imajinatif menjadi lebih segar dan berkesan. Gaya bahasa mencakup arti kata, citra, perumpamaan, serta symbol dan alegori.

90 Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

⁹¹ Albertine, Minderop. *Metode Karakteristik Telaah Fiksi* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005) hlm. 178

Gaya bahasa merupakan bahasa yang diberi gaya dengan menggunakan ragam bahasa yang khas dan dapat diidentifikasi melalui pemaknaan bahasa yang menyimpang dari penggunaan bahasa sehari-hari atau yang lebih dikenal sebagai bahasa khas dalam wacana sastra. Gaya bahasa merupakan bentuk pengekspresian gagasan atau imajinasi yang sesuai dengan tujuan dan efek yang akan diciptakan.

Berikut beberapa contoh gaya bahasa ‘gaul’ yang digunakan oleh ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya setelah menggunakan aplikasi TikTok: ketika ada teman yang mengungkapkan rasa kangen, mereka akan menjawab ‘Me2’ (*me too*) yang berarti aku juga; ketika sedang berada dikeramaian tetapi ingin menanyakan sesuatu hal, biasanya mereka akan menyarankan untuk ‘japri’ (jaringan pribadi) yang berarti mengirim pesan yang bersifat pribadi; atau ketika postingan video TikTok mereka mendapatkan like dari pengguna yang lain, mereka akan menuliskan ‘Tfl’ (*thanks for like*) yang berarti terimakasih telah menyukai; dan masih banyak lagi.

Gaya bahasa ‘gaul’ yang digunakan oleh ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya tidak hanya sebatas kata, tetapi juga *hashtag* (#) yang sering digunakan sebagai keterangan video TikTok. Berikut beberapa *hashtag* (#) yang sering digunakan oleh ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya: ketika merasa postingan video yang diunggahnya terlihat lucu, mereka akan memberikan ‘#LOL’ (*Laugh Out Load*) pada keterangan video yang artinya tertawa terbahak-bahak; ketika meihat postingan video TikTok dari pengguna lain yang

membuat tertawa, mereka memberikan komentar '#ROTFL' (*Rolling On The Floor Laugh*) pada postingan video tersebut yang artinya tertawa terbahak-bahak sampai berguling-guling di lantai; atau ketika video yang baru mereka posting sebenarnya video lama, mereka akan memberikan keterangan '#Latepost' pada postingan video tersebut yang artinya terlambat untuk memposting; dan masih banyak lagi.

7. Perubahan *gesture* tubuh

Setelah menggunakan aplikasi TikTok, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya mengalami perubahan *gesture* tubuh atau bahasa tubuh, yaitu menggunakan *gesture* tubuh ketika sedang membuat video TikTok. Tentu *gesture* tubuh ini di dapatkan dari referensi melihat postingan video TikTok pengguna lain. Dengan menirukan *gesture* tubuh yang ada di dalam aplikasi TikTok, tanpa disadari membuat ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya mulai menggunakan dalam kesehariannya. Contohnya ketika sedang menyapa teman anggota komunitas yang lain, mereka menyapanya dengan sebutan ‘hai nona manis’ dengan diiringi *gesture* tubuh berjoget dan nada suara bernyanyi seperti sedang membuat video TikTok dengan *backsound* lagu ‘hai nona manis’ yang terdapat di aplikasi TikTok.

Bahasa tubuh merupakan proses komunikasi antar-personal nonverbal (tanpa kata-kata), berfungsi untuk menggantikan suatu kata atau rasa. Dengan menggunakan *gesture* tertentu, orang dapat

memahami maksud dari pikiran atau gagasan yang tidak disampaikan secara verbal. *Gesture* ini dapat berupa isyarat, ekspresi wajah, pandangan mata, sentuhan, artifak (lambang yang digunakan), diam, waktu, suara, serta postur dan gerakan tubuh. Alo⁹² menjelaskan bahwa bahasa tubuh adalah gerakan tubuh yang merupakan sebagian perilaku nonverbal (termasuk yang anda miliki) dapat disampaikan melalui simbol komunikasi kepada orang lain. Perilaku itu sangat bergantung erat tidaknya hubungan dengan orang lain. Dalam bagian ini akan diuraikan komunikasi nonverbal “gerak tubuh” atau yang disebut kinestik. Sedangkan, menurut David Cohen⁹³ dalam buku “bahasa tubuh dalam pergaulan” yang menjelaskan tentang bahasa tubuh sebagai bentuk topeng-topeng mengungkapkan bahwa bahasa tubuh juga menyingkapkan topeng-topeng kita. Manusia belajar menggunakan topeng sejak kecil dan banyak diantara kita dapat melakukannya dengan baik. Banyak isyarat-isyarat nonverbal tentang perasaan bersifat sangat halus dan terjadi hanya sekilas. Membacanya seperti mencoba menguraikan pola dari selendang yang dipakai seseorang yang sedang lewat. Anda dapat melakukannya.

Ciri-ciri yang disebutkan peneliti tersebut memberikan gambaran bahwa ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya ketika mengaplikasikan TikTok menunjukkan sebagai seorang sosialita. Seperti yang disampaikan oleh Joy Roesma dan

⁹² Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Prenada Media Grou, 2011) hlm. 377

⁹³ David Cohen, *Bahasa Tubuh dalam Pergaulan* (Jakarta: Arcan, 2014) hlm. 102

Nadia Mulya⁹⁴ dalam bukunya yang berjudul “Kocok Uncut: The Untold Stories of Arisan ladies and Socialites” yang menyatakan bahwa seseorang yang sealu ingin tampil cantik, *fashionable*, mengikuti *trend*, selalu ingin tahu ‘kepo’, menjadi centil, berbahasa ‘gaul’, perubahan *gesture* tubuh. membuktikan dirinya bagian dari sosialita, namun bukan sebagai sosialita yang sebenarnya. Sosialita secara bahasa atau makna aslinya, para kaum “sosialita” adalah sebagai orang-orang yang memiliki derajat tinggi atau terpandang dan mereka memiliki jiwa sosial terhadap orang-orang yang kurang mampu. Tetapi makna kata sosialita di Indonesia berbeda dengan makna aslinya. Sosialita menjadi cerminan gaya hidup yang *glamour*, kelas atas dan hanya untuk kalangan terbatas. Kebanyakan dari anggota sosialita yang terlihat adalah perempuan. Seseorang atau sekelompok orang yang selalu berpartisipasi dalam aktivitas sosial dan menghabiskan waktu untuk menghibur dan dihibur pada acara-acara mode kelas atas. Eksistensi sosialita mempengaruhi munculnya istilah *social climber*. Jika merujuk pada makna sosialita saat ini, *social climber* atau sering disebut dengan pemanjat sosial adalah orang yang mencoba untuk mengikuti gaya hidup para sosialita dengan cara apapun agar mereka bisa diakui dan diterima dikalangan masyarakat kelas atas. Maka, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya dapat dikatakan sebagai bagian dari sosialita, yaitu seorang *social climber* karena mereka memiliki latar belakang yang bermacam-macam.

⁹⁴ Joy Roesma dan Nadia Mulya, *KOCOK! UNCUT!: The Untold Stories of Arisan Ladies and Socialites*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 120

Sehingga, tidak heran muncullah istilah ‘Budget Pas-pasan Jiwa Sosialita’ atau sering disingkat menjadi BPJS oleh masyarakat.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Teori identitas sosial (*social identity*) adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan *signifikansi* nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut. Teori identitas sosial (*social identity*) berkaitan dengan keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga dari keanggotaan dalam suatu kelompok tertentu. Dalam penelitian ini, komunitas *Nutrition Club* Surabaya berperan sebagai pengguna aktif aplikasi TikTok. Dengan kata lain, komunitas *Nutrition Club* Surabaya sebagai pengguna aktif aplikasi TikTok, diartikulasikan untuk menemukan identitasnya.

Berikut asumsi dasar teori identitas sosial (*social identity*) yang dikonfirmasi dengan realitas tema:

1. Setiap individu selalu berusaha untuk merawat atau meninggikan *self-esteemnya* (evaluasi yang dibuat oleh individu dan biasanya berhubungan dengan penghargaan terhadap dirinya sendiri): mereka berusaha untuk membentuk konsep diri yang positif.

Jika dikonfirmasi dengan teori identitas sosial, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya yang tergabung didalamnya berusaha menampilkan dirinya sebagai sosialita melalui media aplikasi TikTok

dengan membicarakan hal-hal yang *berbau* sosialita setiap bertemu.

Dengan demikian jika dikaitkan dengan dunia sosial ibu ibu ingin terlihat dirinya dipandang sebagai ibuibu yang tidak ketinggalan zaman, terbukti dari sebelum senam mereka selalu berkumpul dan mulai menanyakan tentang pakaian senam yang sedang mereka pakai, maupun riasan *make up* yang sedang mereka gunakan. Atau setelah senam pun mereka sering *shareing* membicarakan tentang sesuatu yang sedang banyak dibicarakan, disukai maupun digunakan oleh masyarakat. Hal ini juga terlihat ketika mereka sedang menggunakan aplikasi TikTok ataupun bersosialisasi dengan masyarakat yang lain.

2. Kelompok atau kategori sosial dan anggota dari mereka berasosiasi terhadap konotasi nilai positif atau negatif. Karenanya, identitas sosial mungkin positif atau negatif tergantung evaluasi (yang mengacu pada konsensus sosial, bahkan pada lintas kelompok) kelompok tersebut yang memberikan kontribusi pada identitas sosial individu. Identitas sosial yang positif ada berdasarkan pada besarnya tingkat perbandingan *favorit in-group-out-group*; *in-group* pasti mempersepsikan dirinya secara positif berbeda dari *out-group*.

Jika dikonfirmasi dengan teori identitas sosial, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya mempunyai patokan tersendiri dalam hal berpakaian, berinteraksi dan bersosialisasi. Kriteria-kriteria pakaian senam yang digunakan mereka telah ditentukan dan disepakati bersama. Ketika berinteraksi mereka menggunakan gaya bahasa ‘gaul’ dengan *gesture* tubuh yang centil. Dan cara bersosialisasi mereka

dengan menggunakan aplikasi TikTok sebagai medianya. Dalam membuat TikTok ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya memiliki ciri khas yaitu menyisipkan gerakan-gerakan senam disela video TikTok, mereka juga memberikan informasi tentang makanan sehat yang baik bagi tubuh ataupun orang yang sedang diet dengan menggunakan aplikasi TikTok.

3. Evaluasi dari salah satu kelompok adalah berusaha meng-determinasikan dan juga sebagai bahan acuan pada kelompok lain secara spesifik melalui perbandingan sosial dalam bentuk nilai atribut atau karakteristik. Ketika identitas sosial tidak memuaskan, individu akan berusaha keluar dari kelompok, lalu bergabung pada kelompok yang lebih positif atau membuat kelompok mereka lebih bersifat positif.

Jika dikonfirmasi dengan teori identitas sosial, disisi lain dalam melakukan kegiatan senam, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya sering bertukar pikiran tentang hal lain diluar kegiatan senam, contohnya membuat video TikTok. Dalam menggunakan video TikTok ibu-ibu yang dulunya belum mengerti cara membuat video TikTok bertanya kepada ibu-ibu lain yang sudah terlebih dulu mengerti menggunakan aplikasi TikTok. Seringnya mereka bertukar pikiran membuat mereka memiliki kesamaan dalam melakukan sesuatu, contohnya menggunakan video TikTok. Ketika ketua komunitas telah memposting video TikTok yang bertemakan harapan di tahun baru, semua anggota komunitas ikut membuat video tersebut. Ibu-ibu

komunitas *Nutrition Club* Surabaya memiliki ciri khas dalam membuat video TikTok, yaitu selalu menyisipkan gerakan-gerakan senam disela-sela gerakan TikTok nya. Jika pengguna aplikasi TikTok yang lain, menggunakan aplikasi TikTok hanya sebagai hiburan saja, maka ini berbeda dengan ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Dalam membuat video TikTok, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya tidak hanya bersenang-senang dengan fitur-fitur yang ada di aplikasi TikTok. Tetapi, ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya dalam menggunakan aplikasi TikTok juga memberikan informasi-informasi tentang cara-cara berolahraga senam yang dapat dilakukan sendiri dirumah maupun tips-tips diet yang benar. Karena komunitas *Nutrition*, mereka juga memberikan informasi tentang makanan sehat yang baik untuk dikonsumsi bagi tubuh dan informasi tentang pola makan yang tepat untuk menurunkan berat badan lebih cepat beserta kandungan nutrisi yang ada didalamnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan paparan dan analisis pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya mengartikulasikan identitasnya dalam aplikasi TikTok sebagai bagian dari sosialita, yaitu seorang *social climber* dengan ciri (1) selalu ingin tampil cantik, (2) *Fashionable*, (3) Mengikuti *trend*, (4) Selalu ingin tahu ‘kepo’, (5) Menjadi centil, (6) Berbahasa ‘gaul’, (7) Perubahan *gesture* tubuh.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, maka peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat baik praktis maupun secara teoritis. Penelitian pada skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Akan tetapi berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan rekomendasi yang diharapkan akan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada artikulasi identitas melalui media, namun peneliti belum menyentuh aspek seberapa besar tingkat pengaruh media terhadap identitas karena itu ada baiknya peneliti selanjutnya melakukan kajian tersebut.
 2. Perlu pendampingan (literasi media) bagi khalayak media terutama ibu-ibu dalam menggunakan media sosial untuk kepentingan produktif.

3. Bagi ibu-ibu yang lain, tidak disarankan untuk mengikuti membuat video TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

A. PUSTAKA UTAMA

- Amy, Alkon. 2010. *The Truth About Beauty. Psychology Today*.

Barker, Chris. 2000. *Culture Studies*. London: Sage Publication.

Barnard, Malcolm. 2007. *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Carmazzi, Arthur F. 2006. *Kecerdasan Identitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Cohen, David. 2014. *Bahasa Tubuh dalam Pergaulan*. Jakarta: Arcan.

Dale, Archie. 2012. *The Psychology of Beauty. Psychology Today*.

HAR, Tilaar. 2007. *Mengindonesia Etnisitas dan Identitas Bangsa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.

Iriantara, Yosal. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Bandung: Ghalia Indonesia.

Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.

Lisa, Orr. 2003. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. In Liliweri, Alo. Yogyakarta: LKiS.

Meleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Minderop, Albertine. 2005. *Metode Karakteristik Telaah Fiksi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Morrisan. 2013. *Teori Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Parekh, Bhikuh. 2008. *Rethinking Multiculturalism Keberagaman Budaya dan Teori Politik*. Yogyakarta: Kanisius.

Pilang, Yasraf Amr. 2004. *Semiotika Teks: Sebuah Pendekatan Analisis Teks Mediator*. Vol 5, No.2.

Prawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Aksara.

Roesma, Joy dan Nadia Mulya. 2013. “*KOCOK! UNCUT!: The Untold Stories of Arisan Ladies and Socialites*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Samovar, dkk. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumijatun, dkk. 2006. *Konsep Dasar Keperawatan Komunitas*. Jakarta: EGC.

B. INTERNET

<http://old.presidentpost.id/2017/09/16/tik-tok-aplikasi-video-canggih-yang-mudah-digunakan-resmi-diluncurkan-di-indonesia/>

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_\(aplikasi\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_(aplikasi))

<https://m.liputan6.com/teknologi/read/357728/fenomena-tik-tok-baru-boominglangsungdiblokir-kemkominfo#>

<https://prebiu.com> > Biz

<https://www.businessinsider.sg/tag/tiktok/>