

**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 : nfrilna46@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-Eksklusif 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 Pebruari 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.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A Latar Belakang	1
B Fokus Penelitian	4
C Tujuan Penelitian	4
D Manfaat Penelitian	4
E Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	5
F Definisi Konsep	7
G Kerangka Pikir Penelitian	8
H Metode Penelitian	9
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	10
2. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian	10
3. Jenis dan Sumber Data	12
4. Tahap-Tahap Penelitian	13
5. Teknik Pengumpulan Data	14
6. Teknik Analisis Data	16
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahaan Data	18
I Sistematika Pembahasan	18
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b>	
A Kajian Pustaka	20
1. Artikulasi Identitas	20
a. Pengertian Artikulasi Identitas	20
b. Bentuk-bentuk Identitas	25
2. Komunitas	28
a. Pengertian Komunitas	28
b. Manfaat Komunitas	30
c. Ciri-ciri Komunitas	31
d. Bentuk-bentuk Komunitas	33
3. Aplikasi TikTok	34
a. Pengertian	34
b. Proses Penggunaan TikTok	38
B Kajian Teori	39
1. Teori Identitas Sosial	39





## A. Latar Belakang

Identitas menurut Morrisan, “dapat digunakan seseorang untuk diposisikan dan memposisikan diri dalam sebuah kelompok atau bagian kehidupan”<sup>2</sup>. 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.

<sup>2</sup> Morriisan, *Teori Komunikasi* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2013) hlm. 184

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, karyawan 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*

[illegible]

Disisi lain sebagai tempat untuk mengasah kemampuan penggunaanya 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.

[illegible]

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?

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

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

## E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

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*

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

<sup>6</sup> 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).

[illegible]



TikTok, juga dikenal sebagai Douyin (Tionghoa: 抖音短视频;

Pinyin: Dǒuyīnduǎnshìpín; 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 sendiri<sup>10</sup>. 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.

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 tersebut<sup>11</sup>. *Social identity* berkaitan dengan keterlibatan, rasa

<sup>10</sup> 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.

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



## 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

**a. Subjek**

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

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

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.



### 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 sumpling* sehingga mengoptimalkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Kemudian menyiapkan kebutuhan untuk wawancara dan pengumpulan data.

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

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.

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.

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

[illegible]

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”<sup>16</sup>. 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

<sup>16</sup> Deddy 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”<sup>17</sup>. 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 kesimpulan<sup>18</sup>. Melalui teknik ini diharapkan

<sup>17</sup> 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

Tahap pertama melibatkan langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. Tahap kedua, menyusun catatan-catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan 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.

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.

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

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-rechek* atau penelitiannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori<sup>19</sup>. 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.

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:

[illegible]

**Bab I**, Pendahuluan. Berisikan tentang latar belakang mengapa penelitian ini dilakukan, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara akademis 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**, Interpretasi 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 teoretik.

**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.

### A. Kajian Pustaka

### a. Pengertian Artikulasi 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.

[illegible]

Carmazzi menyebutkan, “identitas adalah siapa kita sebenarnya, baik sebagai diri sendiri maupun anggota suatu kelompok sosial”<sup>21</sup>. 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”<sup>22</sup>. 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

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

maupun anggota kelompok sosial, dan mengakuinya, berdasarkan ciri-ciri tertentu padanya”<sup>23</sup>. Dengan demikian, setiap manusia identitas diri, juga memiliki identitas kelompok. Kelompok sosial amat penting bagi masyarakat. Kelompok sosial yang muncul atas dasar identitas, antara lain berwujud suku bangsa atau etnik. Menurut beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli (Trentham dan Berg, 1981; Eriksen, 1993; Sowell, 1993),

23

<sup>25</sup> *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 akulturasi. 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

### b. Bentuk-bentuk Identitas

## 1) Identitas Budaya

[illegible]

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)”<sup>26</sup>. 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

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

Sedangkan perempuan lebih mengutamakan mementingkan relasi yang bersifat horizontal dan persaudaraan.

3) Identitas Pribadi

Identitas personal atau pribadi didasarkan pada karakteristik pribadi seseorang. Biasanya mencakup kemampuan dan bakat. Pribadi seseorang

Identitas personal atau pribadi di karakteristik pribadi seseorang. B

kemampuan dan bakat. Pribadi seseorang sosial terbentuk oleh identitas budaya. suara, gerak-gerik anggota tubuh, nada berbicara, warna pakaian, bentuk rambut menunjukkan ciri khas seseorang yang tidak dimiliki orang lain.



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.





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 anatar anggota komunitas sosial bertambah erat. Misalnya faktor nasib, kepentingan, tujuan serta ideologi atau pandangan politik yang sama.

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.

### 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 diskauinya memberikan dorongan untuk membentuk kesatuan, atas dasar inilah komunitas berdasarkan hobi menjadi bagian daripada masyarakat.

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

## Komunitas Berdasarkan Pada Komuni

#### 4) Komunitas Subkultur

### 3. 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 ZhangYiming, pendiri Toutiao. Aplikasi tersebut membolehkan

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.

<sup>28</sup> 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.



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 pembuat 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

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:

- [illegible]

- 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 tersebut<sup>30</sup>. *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 meningkatkan *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.

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







## 4. Profil Informan

Dalam menemukan artikulasi identitas pengguna aplikasi TikTok oleh ibu-ibu komunitas *Nutrition Club* Surabaya, tentunya tertuju kepada ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya yang dipilih oleh peneliti sebagai informan untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Berikut ibu-ibu yang menjadi informan peneliti:

- a. Nama : Aisyah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Wirausaha  
Usia : 44 tahun  
Alamat : Bangunrejo I/02 A Surabaya

Ibu Aisyah<sup>32</sup> dipilih menjadi informan karena sebagai ketua *Nutrition Club* Surabaya, yang memiliki tanggungjawab untuk memimpin operasional kegiatan setiap harinya, mencari informasi, mengawasi pengolahan keuangan, serta menyusun strategi dalam mengembangkan komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Selain mengelola *Nutrition Club* Surabaya, Ibu Aisyah yang berpenampilan *simple* namun sopan ini juga aktif dalam menggunakan aplikasi TikTok dan sering disebut sebagai *center of interest* oleh seluruh anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya. Atas dasar itu sehingga informan dianggap tepat untuk menjadi sumber informasi yang akurat terkait data yang peneliti butuhkan.

<sup>32</sup> 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 Zulaikha<sup>33</sup> 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 Sholifah<sup>34</sup> 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

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

<sup>34</sup> Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Sholifah (instruktur komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 20 November 2018

d. Nama : Dini Indah  
Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Usia : 42 tahun  
Alamat : Bangunrejo I/46 Surabaya

e. Nama : Widya  
Pekerjaan : Guru  
Jenis Kelamin : Perempuan

[illegible]

Usia : 40 tahun

Alamat : Bangunrejo III/23 Surabaya

Ibu Widya<sup>36</sup> 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 Sunyami<sup>37</sup> 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

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

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

g. Nama : Ririn  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Usia : 41 Tahun  
Alamat : Tambak Asri 23/44 Surabaya

h. Nama : Nur Laila

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Wirausaha

Usia : 42 tahun

Alamat : Gadukan Utara I/11 Surabaya

[illegible]

i. Nama : Santi

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga

Usia : 43 tahun

Alamat : Tambak Asri 21/15 Surabaya

j. Nama : Putri

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga

<sup>40</sup> Sumber diolah dari hasil wawancara dengan Ibu Santi (anggota komunitas *Nutrition Club* Surabaya) wawancara pada tanggal 19 November 2018

Usia : 43 tahun

Alamat : Bangunrejo I/05 Surabaya

Ibu Putri<sup>41</sup> 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

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

Mereka kerap melakukan senam di halaman depan ruko *Nutrition Club* Surabaya, salah satu diantaranya 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 kesehatan 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 Aisyah<sup>42</sup>, ketua komunitas senam *Nutrition Club* Surabaya mengatakan seluruh anggota grup senam ini berdomisili di kecamatan

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

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.

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

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 dai 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

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:



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”<sup>46</sup>.

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”<sup>47</sup>.

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 nggak tahu TikTok. Meskipun nggak mainin tapi paling engga tahu lah mbak”<sup>48</sup>.

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

<sup>46</sup> Wawancara dengan Ibu Widya pada tanggal 07 Desember 2018 pukul 15.10 WIB

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

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



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 tumbol 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”<sup>53</sup>.

<sup>52</sup> 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.

<sup>53</sup> Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB



“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”<sup>57</sup>.

Berbeda dengan Ibu Santi, berikut ungkapan dari Ibu Nur Laila ketika diwawancarai 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”<sup>58</sup>.

<sup>56</sup> Admin, “TikTok, Aplikasi Video Canggih yang Mudah Digunakan Resmi Diluncurkan di Indonesia” dalam <http://old.presidentpost.id/2017/09/16/tik-tokaplikasi-video-canggih-yang-mudah-digunakan-resmi-diluncurkan-di-indonesia/> diakses tanggal: 24 Oktober 2018.

<sup>57</sup> Wawancara dengan Ibu Santi pada tanggal 03 Desember 2018 pukul 13.20 WIB

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

“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”<sup>59</sup>.

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 menggunakannya. 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

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

61

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”<sup>61</sup>.

Penjelasan serupa diungkapkan oleh Ibu Widya, ketika diwawancarai 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”<sup>62</sup>.

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, tambahkan filter kalau perlu. Kalau sudah selesai, upload di akun TikTok kamu”<sup>63</sup>.

Berbeda dengan Ibu Sunyami, berikut penjelasan dari Ibu Dini

Indah ketika di wawancarai oleh peneliti:

<sup>60</sup> Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

61 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

<sup>63</sup> Wawancara dengan Ibu Sunyami pada tanggal 03 Desember 2018 pukul 10.30 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”<sup>67</sup>.

Penjelasan dari beberapa ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas *Nutrition Club* Surabaya cukup beragam ketika di wawancarai 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”<sup>68</sup>.

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 diajak bikin TikTok. Dia emang pemalu, jarang becanda juga sama aku jadi nggak suka kalau diajakin bikin video TikTok gitu.”<sup>69</sup>

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.”<sup>70</sup>

<sup>67</sup> Wawancara dengan Ibu Putri pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 16.45 WIB

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

<sup>69</sup> Wawancara dengan Ibu Ririn pada tanggal 04 Desember 2018 pukul 18.00 WIB

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

64

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

### 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:

<sup>71</sup> 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”.<sup>72</sup>

Senada dengan penjelasan dari Ibu Aisyah, berikut penjelasan dari Ibu Sholifah:

“Jadi ada mbak yang namanya ID di aplikasi TikTok. ID itu gunannya 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.”<sup>73</sup>

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.”<sup>74</sup>

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

<sup>72</sup> Wawancara dengan Ibu Aisyah pada tanggal 05 Desember 2018 pukul 09.00 WIB

<sup>73</sup> Wawancara dengan Ibu Sholifah pada tanggal 04 Desember 2018 pukul 17.15 WIB

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



#### 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 oranglain.

Efeknya adalah setiap orang tergantung dan tidak bisa lepas dengan "device" nya yaitu gadget/android. Hal ini membuktikan bahwa manusia adalah makhluk 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

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

[illegible]



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

“Saya sebenarnya pakai TikTok itu cuman buat hiburan saja mbak. Saya suka lihat TikTok, saya juga suka bikin TikTok, tapi saya nggak 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 nggak ada kekurangan nya lah, *perfect*. Awalnya saya heran, kok sampai segitunya. Tapi, makin kesini sih jadi biasa aja, udah nggak heran. Soalnya media sosial sekarang itu canggih-canggih mbak, kalau kata saya ya bisa jadi panggung *bongkar-pasang* orang. Kan kita nggak tahu aslinya orang itu gimana, kita tahuna cuman pas dia main di TikTok itu kayak gini gini gini, tapi ya nggak tau lagi aslinya gimana hahaha”.<sup>78</sup>

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

“Saya suka pakai aplikasi TikTok itu karena saya bisa nemuin dunia baru mbak, dunia yang *tak 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 nganggep saya itu ibu-ibu sosialita. Saya kaget, tapi ya seneng juga hahaha”<sup>79</sup>

<sup>78</sup> Wawancara dengan Ibu Sunyami pada tanggal 03 November 2018 pukul 10.30 WIB

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

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 jenuh. 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.”<sup>80</sup>



### A. Hasil Temuan Penelitian

Secara sistematis 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 Tik Tok yang merupakan salah satu dasar adanya artikulasi identitas yang dilakukan oleh komunitas *Nutrition Club* Surabaya.

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

## 1. Selalu tampil cantik

[illegible]

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)<sup>83</sup>, cantik yaitu elok; molek (wajah, muka perempuan) indah dibentuk dan buaatannya.

[illegible]

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

<sup>85</sup> Dale Archie, "The Psychology of Beauty", *Psychology Today*, Vol. 6, No.1, Februari 1972, hlm. 165/.

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*.

[illegible]



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 populer dalam suatu budaya. Secara umum, *fashion* termasuk makanan, bahasa, seni dan arsitektur. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)<sup>88</sup>, *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 Malcolm<sup>89</sup>, *trend* atau *fashion* adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan seseorang, tidak seperti dewasa ini yang memaknai *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang.

<sup>88</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

<sup>89</sup> Malcolm Barnard. *Fashion sebagai Komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutra, 2007) hlm. 274

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

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

## 6. Berbahasa ‘gaul’

<sup>90</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

[illegible]

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.

[illegible]

*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 menggunakannya 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

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

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

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

secara bahasa atau makna aslinya, para kaum “sosialita” sebagai orang-orang yang memiliki derajat tinggi atau terpanda mereka memiliki jiwa sosial terhadap orang-orang yang mampu. Tetapi makna kata sosialita di Indonesia berbeda makna aslinya. Sosialita menjadi cerminan gaya hidup yang gl kelas atas dan hanya untuk kalangan terbatas. Kebanyakan anggota sosialita yang terlihat adalah perempuan. Seseorang sekelompok orang yang selalu berpartisipasi dalam aktivitas sosial menghabiskan waktu untuk menghibur dan dihibur pada acara mode kelas atas. Eksistensi sosialita mempengaruhi munculnya *social climber*. Jika merujuk pada makna sosialita saat ini,

secara bahasa atau makna aslinya, para kaum “sosialita” sebagai orang-orang yang memiliki derajat tinggi atau terpanda mereka memiliki jiwa sosial terhadap orang-orang yang mampu. Tetapi makna kata sosialita di Indonesia berbeda makna aslinya. Sosialita menjadi cerminan gaya hidup yang gl kelas atas dan hanya untuk kalangan terbatas. Kebanyakan anggota sosialita yang terlihat adalah perempuan. Seseorang sekelompok orang yang selalu berpartisipasi dalam aktivitas sosial menghabiskan waktu untuk menghibur dan dihibur pada acara mode kelas atas. Eksistensi sosialita mempengaruhi munculnya *social climber*. Jika merujuk pada makna sosialita saat ini,

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-esteem*nya (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

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

3. Evaluasi dari salah satu kelompok adalah berusaha mendeterminasikan 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.

[illegible]

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 di rumah 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.

### A. Simpulan

## B. Saran

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.



## 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, Yosol. 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.
- Morrison. 2013. *Teori Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Parekh, Bhikhu. 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.

