

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi dan membentuk identitas, terutama di kalangan remaja. Salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar yaitu adalah TikTok, aplikasi berbasis video pendek yang sangat populer di kalangan remaja (Yulia & Mujtahid, 2023). TikTok tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga menjadi media ekspresi diri dan bahkan sarana untuk membangun citra dan identitas sosial. Remaja sebagai kelompok usia yang sedang berada tahap pencarian jati diri sangat aktif menggunakan platform ini untuk menampilkan siapa diri mereka, baik secara visual, verbal, maupun simbolik (Tisa, 2023).

Salah satu bentuk ekspresi diri yang kerap digunakan oleh *content creator* remaja di TikTok adalah melalui pilihan gaya berpakaian. Pakaian, dalam konteks ini, bukan hanya sebagai penutup tubuh, melainkan sebagai simbol identitas, kebebasan, dan bentuk komunikasi non-verbal kepada publik. Salah satu gaya berpakaian yang banyak menarik perhatian adalah penggunaan crop top, yaitu pakaian atasan yang memperlihatkan bagian perut atau pinggang. Crop top telah menjadi simbol fashion modern yang identik dengan kebebasan berekspresi dan kepercayaan diri, terutama dalam budaya populer Barat (Pratamartatama *et al.*, 2024). Namun, di Indonesia yang masih memegang norma-norma budaya dan nilai kesopanan tertentu, pilihan berpakaian ini kerap menimbulkan kontroversi.

Dalam konteks sosial budaya Indonesia yang sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai, terutama yang berkaitan dengan norma kesopanan dalam berpakaian, fenomena penggunaan crop top oleh remaja perempuan di media sosial seperti TikTok menjadi isu yang tidak hanya menarik tetapi juga relevan untuk diteliti secara ilmiah.

Fenomena ini menimbulkan perbincangan publik dan reaksi yang beragam, mulai dari dukungan hingga kecaman. Banyak remaja yang mendapatkan respons negatif ketika memiliki untuk tampil terbuka di media sosial, terutama jika di

kaitkan dengan citra perempuan yang dianggap ideal menurut standar budaya dan religius setempat. Akan tetapi, meski reaksi sosial tersebut muncul secara nyata, belum banyak di kajian ilmiah yang benar-benar menggali bagaimana para remaja perempuan ini memaknai pengalaman mereka dalam menggunakan crop top dan membentuk identitas sosial melalui TikTok. Fenomena ini belum ditelaah secara mendalam sebagai bagian dari proses pencarian jati diri yang kompleks, dimana media sosial menjadi ruang negosiasi antara nilai personal dan nilai kolektif masyarakat.

Penelitian telah banyak membahas isu identitas remaja di media sosial, namun belum ada yang secara spesifik meneliti makna penggunaan crop top dalam kaitannya dengan konstruksi identitas sosial remaja perempuan Indonesia. Amelia (2020) berjudul “Identitas Diri Remaja di Instagram: Studi Kualitatif terhadap Gaya Hidup Visual” menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan teori presentasi diri dari Erving Goffman. Fokusnya penelitian tersebut adalah pada bagaimana remaja menampilkan gaya hidup melalui foto, *caption*, dan simbol-simbol visual lainnya di Instagram untuk membangun citra tertentu di mata *audiens*. Namun, penelitian ini tidak mengangkat fashion spesifik sebagai objek makna sosial, serta tidak menyinggung konteks tekanan nilai budaya atau religius seperti dalam penelitian ini.

Selain itu, penelitian oleh Rahayu (2021) yang berjudul “Media Sosial dan Citra Tubuh Remaja: Kajian Psikologi Media di Kalangan Pelajar SMA” menggunakan pendekatan kuantitatif dan teori citra tubuh, yang berbeda secara metode dan fokus dari penelitian ini. Rahayu menyoroti dampak media sosial terhadap persepsi tubuh ideal pada remaja, namun tidak menyentuh aspek identitas sosial yang dibentuk melalui simbol-simbol fashion seperti crop top. Penelitian oleh Fauziah (2022) berjudul “Remaja, TikTok, dan Budaya Ekspresif: Analisis Perilaku Digital di Kalangan Gen Z” menggunakan pendekatan etnografi digital untuk memetakan perilaku pengguna TikTok dalam membangun interaksi sosial secara kreatif dan spontan. Penelitian ini menarik karena fokus pada platform yang sama yaitu TikTok, namun lebih menyoroti fenomena viralitas dan teknik ekspresi digital secara umum. Fauziah tidak meneliti lebih dalam bagaimana simbol seperti

pakaian digunakan dalam membentuk identitas, apalagi dalam situasi yang berurusan dengan nilai moral dan agama.

Dari ketiga penelitian diatas, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi transcendental untuk menggali pengalaman subjektif remaja perempuan dalam membentuk identitas sosial mereka melalui simbol crop top di TikTok. Selain itu, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *self-categorization theory* yang di kombinasikan dengan konsep niche, yang memberikan landasan analisis tentang bagaimana remaja memposisikan dirinya dalam komunitas digital yang sesuai dengan nilai-nilai ekspresi yang sesuai dengan identitas mereka.

Penelitian ini memiliki kebaharuan dalam beberapa aspek penting. Objek yang dikaji sangat kontekstual dan relevan, yakni remaja perempuan *content creator* di TikTok yang menggunakan crop top sebagai bagian dari ekspresi diri. Selain itu, pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi transcendental, yang memungkinkan peneliti menggali makna pengalaman langsung dari pada informan tanpa asumsi nilai yang dibawah dari luar. Penelitian ini juga menggabungkan teori *self-categorization* dengan konsep niche dalam komunikasi digital. Teori ini menjelaskan bagaimana individu mengategorikan dirinya ke dalam kelompok sosial tertentu, sementara konsep niche menjelaskan bagaimana komunitas-komunitas kecil di media sosial membentuk ekosistem nilai dan estetika yang mendukung cara remaja membangun identitas sosial. Kombinasi pendekatan ini memberikan pemahaman baru mengenai cara remaja merespon tekanan sosial dan religious dalam proses pencarian identitasnya di ruang digital.

Urgensi dalam penelitian ini terletak pada kenyataan bahwa media sosial, terutama telah menjadi arena utama pembentukan identitas remaja masa kini. Dalam masyarakat yang sarat dengan nilai-nilai religious, ekspres diri melalui fashion seperti crop top bias menjadi bentuk perlawanan simbolik maupun refleksi terhadap posisi diri dalam masyarkat. Dengan meneliti pengalaman remaja secara mendalam, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih inklusif terhadap dinamika identitas digital dan spritualitas generasi muda. Penelitian ini penting tidak hanya untuk ilmu komunikas, tetapi juga untuk pendidikan nilai,

kebijakan budaya, dan penguatan literasi digital yang lebih empatik terhadap generasi digital.

Menurut Putri, R.P. (2024), media sosial saat ini telah menjadi medan kontestasi antara nilai-nilai tradisional yang religius dengan budaya global yang permisif. TikTok sebagai platform visual mempercepat proses internalisasi gaya berpakaian global di kalangan remaja Indonesia, yang kemudian menyebabkan terkaidnya gesekan dengan nilai-nilai lokal yang masih sangat menjunjung moralitas agama.

Dalam konteks ini, crop top menjadi simbol gaya hidup modern yang berani dan ekspresif, tetapi juga menjadi konflik karena dinilai melanggar norma kesopanan yang dikaitkan langsung dengan ajaran agama. Penelitian ini menjadi penting karena menyelidiki bagaimana remaja menegosiasikan posisi mereka di antara dua kutub nilai yang sering kali bertentangan. Mereka bukan hanya sekedar mengimitasi tren luar, tetapi sedang merumuskan ulang identitas diri mereka, baik sebagai individu maupun sebagai bagian dari komunitas digital yang lebih besar.

Sementara itu, Saviola (2024) menekankan bahwa pembentukan identitas digital remaja saat ini sangat dipengaruhi oleh komunitas atau *content creator* tertentu yang terbentuk secara organik di dalam media sosial. TikTok memungkinkan terbentuknya komunitas mikro atau *niche* yang memiliki nilai-nilai, estetika, dan gaya hidup yang seragam dan spesifik, termasuk komunitas remaja yang mengadopsi fashion crop top sebagai bentuk kebebasan ekspresi dan simbol kepercayaan diri. Dalam komunitas *niche* ini, nilai-nilai alternatif yang berbeda dari nilai religius dominan justru menjadi sumber penguatan identitas. Maka, crop top dalam hal ini tidak hanya menjadi pakaian biasa, tetapi sebuah bahasa visual untuk menunjukkan keberpihakan terhadap nilai kebebasan, keberanian, dan solidaritas terhadap kelompok yang mendukung ekspresi diri tanpa batasan moral konvensional.

Namun, yang menarik dalam temuan penelitian ini adalah bahwa remaja yang memilih tampil dengan crop top tidak sepenuhnya melepaskan diri dari nilai religius. Sebaliknya, mereka menunjukkan kesadaran akan norma yang berlaku dan secara aktif menyesuaikan ekspresi mereka dengan konteks sosial yang dihadapi.

Beberapa informan menyatakan bahwa mereka memilih waktu dan tempat tertentu untuk mengenakan crop top, mempertimbangkan reaksi keluarga, serta menimbang batas antara kenyamanan pribadi dan penerimaan sosial. Ini menandakan bahwa pilihan berpakaian mereka bukan sekadar bentuk pemberontakan, tetapi hasil dari negosiasi internal yang kompleks, di mana nilai religius, nilai komunitas, dan nilai individual saling tarik-menarik..

Lebih lanjut, penelitian oleh Ananda *et al.* (2024) menunjukkan bahwa media sosial dapat memberikan pengaruh positif dengan memperkuat identitas dan memperdayakan individu, seperti menyuarakan nilai, minat dan kepercayaan mereka, serta meningkatkan kepercayaan diri sendiri melalui berbagai pengalaman dan pencapaian. Namun, media sosial juga memicu perbandingan sosial, sehingga menimbulkan tekanan untuk memenuhi standar kecantikan, gaya hidup, atau prestasi tertentu. Hal ini dapat memengaruhi cara remaja memandang diri mereka sendiri, bahkan mendorong mereka untuk mengubah karakter atau penampilan demi menyesuaikan dengan ekspektasi ideal masyarakat.

Fenomena ini juga berkaitan dengan teori identitas sosial yang dikemukakan oleh Tjafel & Turner (1986) yang menyatakan bahwa individu membentuk identitas sosial mereka melalui proses kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial. Dalam konteks TikTok, remaja mengkategorikan diri mereka sebagai bagian dari kelompok yang mengikuti tren fashion tertentu, mengidentifikasi diri sebagai kelompok tersebut, dan membandingkan diri mereka dengan kelompok lain untuk memperkuat identitas sosial mereka (Febrina *et al.*, 2023).

Permasalahan muncul ketika *content creator* yang mengenakan crop top di TikTok mendapatkan berbagai reaksi dari masyarakat digital. Reaksi tersebut bisa berupa dukungan, pujian, tetapi juga kritik, hujatan, bahkan perundungan verbal. Hal ini menunjukkan bahwa identitas sosial remaja tidak hanya dikonstruksi berdasarkan keinginan personal atau citra ideal yang ingin ditampilkan, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh respon sosial dari komunitas *online*. TikTok, dalam konteks ini, menjadi ruang interaktif yang menciptakan negosiasi identitas antara "diri yang ingin ditampilkan" dan "diri yang diterima atau ditolak oleh publik."

Dalam kerangka induktif, penelitian ini dimulai dari pengamatan terhadap fenomena spesifik penggunaan pakaian crop top oleh remaja TikTok dan bertujuan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih umum tentang bagaimana media sosial mempengaruhi konstruksi identitas sosial remaja. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur akademik mengenai identitas sosial, media sosial, dan budaya populer di kalangan remaja.

Fenomena ini relevan untuk diteliti karena berkaitan dengan perubahan sosial-budaya di era digital, khususnya mengenai bagaimana remaja membentuk identitas mereka di tengah tarik-menarik antara budaya populer global dan norma lokal. Selain itu, penelitian ini penting untuk menghindari pendekatan moralistik semata terhadap ekspresi diri remaja dan lebih mengedepankan pemahaman terhadap dinamika identitas di ruang digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana remaja *content creator* di TikTok mengkonstruksi identitas, kategorisasi diri dan kecocokan gaya berpakaian *crop top* dengan (*saliency*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami bagaimana proses konstruksi identitas sosial dilakukan oleh remaja *content creator* di TikTok yang menampilkan diri mereka dengan mengenakan crop top. Penelitian ini bertujuan mengungkap makna yang mereka lekatkan pada gaya berpakaian tersebut serta bagaimana interaksi dan respon dari audiens di media sosial mempengaruhi pembentukan citra diri mereka. Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini ingin mengeksplorasi pengalaman subjektif para remaja dalam membentuk identitas sosial mereka melalui ekspresi visual yang tampil dalam konten TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi digital dan media sosial. Penelitian memperkaya pemahaman tentang bagaimana identitas sosial terbentuk dan dimaknai dalam ruang virtual melalui ekspresi visual dan simbolik, serta bagaimana teori identitas sosial dapat diterapkan dalam konteks budaya populer remaja di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi praktisi media sosial, pendidik, maupun pembuat kebijakan dalam memahami pola perilaku remaja di platform seperti TikTok. Dengan memahami proses identitas sosial yang terbentuk lewat konten dan penampilan, pihak-pihak terkait bisa merancang pendekatan yang lebih tepat untuk mendampingi remaja dalam membangun citra diri secara sehat dan bertanggung jawab di media digital.

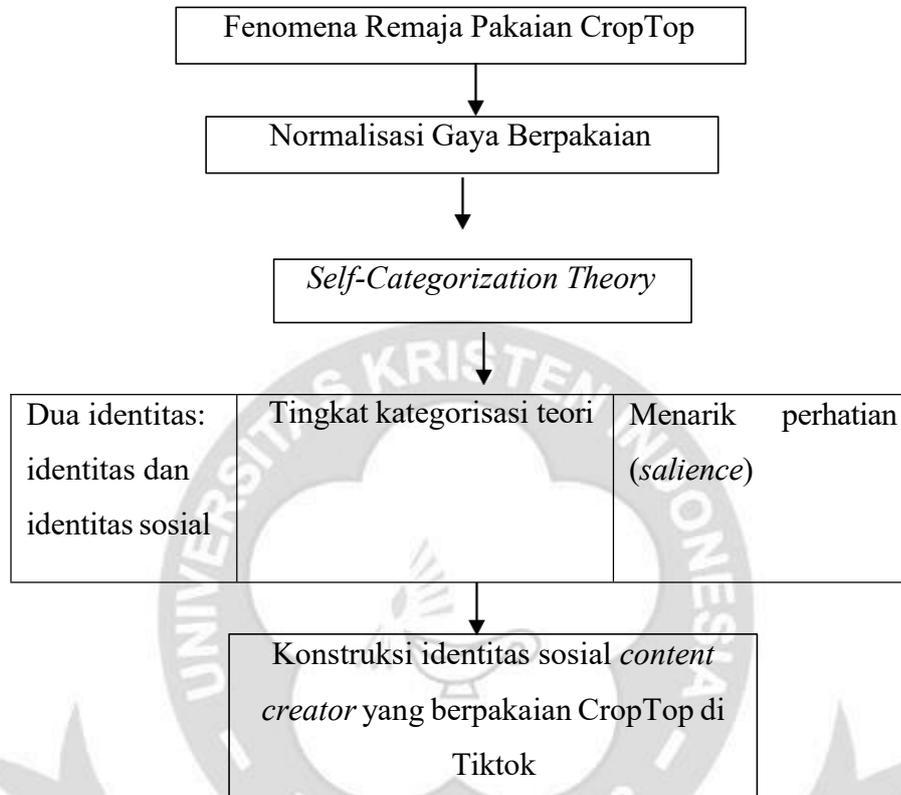
1.4.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini memberikan gambaran yang lebih dalam mengenai dinamika sosial yang dialami remaja dalam membangun identitas mereka di tengah tekanan norma, budaya, dan opini publik. Penelitian ini juga membuka ruang dialog tentang toleransi, keberagaman ekspresi diri, dan pentingnya lingkungan digital yang lebih inklusif dan suportif terhadap perbedaan.



1.5 Kerangka Pemikiran Konseptual

1.5.1 Kerangka Berfikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

(Sumber : Olahan Peneliti, 2025)

1.5.2 Kerangka Konseptual

1.5.2.1 Fenomena Remaja Berpakaian Crop Top

Fenomena penggunaan pakaian crop top oleh remaja perempuan di TikTok merupakan salah satu bentuk nyata dari perubahan dinamika ekspresi diri dan konstruksi identitas di era digital. Pakaian crop top, yang secara desain memperlihatkan bagian perut atau pinggang, dalam konteks budaya Indonesia sering kali dianggap menabrak norma kesopanan dan bertentangan dengan nilai-nilai religius. Namun, di tengah arus globalisasi digital dan berkembangnya tren fashion modern, crop top mulai memperoleh tempat dalam ruang ekspresi remaja yang menginginkan

kebebasan visual, estetika kontemporer, dan keautentikan dalam menampilkan diri.

Crop top sering kali dipandang sebagai atribut wajib bagi remaja yang ingin tampil gaul dan diterima dalam kelompok sosial tertentu. Remaja menggunakan crop top sebagai alat untuk mengelola kesan, yakni membangun citra diri yang menarik dan mendapatkan pengakuan sosial baik di dunia nyata maupun di media sosial (Saviola *et al.*, 2024)

Remaja perempuan tidak hanya memiliki crop top sebagai tren fashion, tetapi juga sebagai simbol ekspresi diri yang mempersentasikan kebebasan, keberanian, dan penerimaan terhadap tubuh sendiri. Media seperti TikTok menyediakan ruang yang sangat visual dan interaktif, yang memungkinkan para remaja menampilkan diri mereka dan mendapatkan validasi sosial dari komunitas digital. Fenomena ini memperlihatkan bahwa pilihan berpakaian tidak bisa dilepaskan dari konstruksi identitas yang sedang dibentuk oleh remaja dalam konteks digital yang terbuka dan kompetitif.

Dengan kata lain, “Fenomena Remaja Pakaian Crop Top” bukan hanya membahas pakaian sebagai tren, tetapi lebih jauh, membahas bagaimana tubuh dijadikan media komunikasi sosial oleh remaja, bagaimana mereka menegosiasikan batas antara kebebasan dan norma, serta bagaimana mereka menggunakan visualitas untuk membangun narasi identitas di dunia yang semakin terbuka, tetapi juga penuh pengawasan. Fenomena ini penting untuk dikaji secara akademik karena mencerminkan transformasi cara remaja membentuk identitas sosial dalam era digital yang kompleks dan penuh persilangan nilai.

1.5.2.2 Normalisasi Gaya Berpakaian

Normalisasi gaya berpakaian crop top terjadi seiring dengan meluasnya penerimaan terhadap simbol-simbol visual di media sosial, terutama oleh kalangan remaja. Normalisasi ini diperkuat oleh algoritma TikTok yang mendistribusikan konten serupa secara luas, menciptakan persepsi bahwa berpakaian terbuka adalah hal yang biasa dan bahkan ideal. Dalam konteks ini, crop top menjadi simbol dari keberanian, kepercayaan diri, dan

kebebasan dari batasan nilai tradisional. Remaja perempuan yang terlibat dalam konten tersebut sering kali memosisikan diri mereka dalam komunitas yang tidak hanya mendukung fashion tertentu, tetapi juga mendukung nilai-nilai tentang tubuh dan agensi individu atas cara mereka menampilkan diri. Proses ini secara perlahan menggeser standar berpakaian yang sebelumnya dianggap baku atau sopan, dan menciptakan bentuk baru dari normalitas sosial yang ditopang oleh budaya populer digital.

1.5.2.3 Self-Categorization Theory (SCT)

Self-categorization theory (SCT) adalah teori tentang hakikat diri yang mengakui bahwa pengamat adalah individu sekaligus anggota kelompok, menjelaskan bagaimana dan kapan orang akan mendefinisikan diri mereka sebagai identitas individu dan kelompok serta implikasinya (Turner & Reynolds, 2012).

Self-categorization theory is a theory of the nature of the self that recognizes that perceivers are both individuals and group member, explains how and when people will define themselves as individual and group entities and its implications (Turner & Reynolds, 2012).

Penggunaan teori *self categorization* sangat relevan untuk memahami bagaimana para remaja perempuan memaknai dan membentuk identitas sosial mereka melalui cara berpakaian, khususnya dengan mengenakan crop top dalam konten TikTok. Teori ini berangkat dari gagasan bahwa individu tidak hanya mendefinisikan diri sebagai pribadi yang unik, tetapi juga sebagai bagian dari kelompok sosial tertentu. Dalam konteks ini, pemilihan crop top tidak bias dipandang hanya sebagai ekspresi individu yang bebas dari pengaruh luar, tetapi merupakan proses kategorisasi diri ke dalam suatu kelompok sosial atau simbol tertentu yang diwakili oleh gaya berpakaian tersebut.

Remaja dalam penelitian ini mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari komunitas yang memiliki nilai kebebasan berekspresi, keberanian tampil berbeda, dan penerimaan terhadap tubuh sendiri sebagai bentuk identitas.

Ketika mereka memilih tampil dengan crop top di media social, mereka tidak hanya menyatakan “ini aku” sebagai individu, tetapi juga “ini kami” sebagai kelompok sosial yang memiliki nilai dan symbol tertentu yang dibedakan dari kelompok lain, misalnya kelompok yang lebih konservatif atau menjunjung norma kesopanan secara kaku. Teori self-categorization menjelaskan bahwa ketika seseorang merasa menjadi bagian dari sebuah kategori social tertentu, maka perilaku dan cara berpikirnya cenderung disesuaikan dengan norm dan simbol visual dari kategori sosial yang dipilih komunikasi yang percaya bahwa tubuh adalah media ekspresi, bukan objek moral.

Namun, pemaknaan ini tidak terjadi dalam ruang kosong. TikTok, sebagai media sosial yang memungkinkan distribusi dan visibilitas yang luas, juga membentuk ruang-ruang ekspresi yang disebut dengan *niche*. Konsep niche menjelaskan bahwa dalam ekosistem digital, terbentuk kelompok-kelompok kecil atau komunitas mikro yang dibangun berdasarkan minat, nilai, dan estetika tertentu. Dalam penelitian ini, remaja yang tampil dengan crop top cenderung berada dalam niche digital yang mendukung fashion berani, estetika modern, dan gaya hidup urban. Komunitas ini memberikan dukungan simbolik, baik dalam bentuk likes, komentar positif, maupun representasi kolektif yang memberi rasa diterima dan diakui. Di dalam niche tersebut, crop top bukan lagi sesuatu yang menyimpang, melainkan hal yang wajar, bahkan mungkin menjadi norma komunitas.

Kombinasi antara *self-categorization* dan konsep niche menjadi kerangka analisis yang sangat kuat dalam memahami bagaimana identitas sosial terbentuk dan dipertahankan di media sosial. Remaja tidak hanya mengategorikan dirinya berdasarkan preferensi pribadi, tetapi juga mengacu pada komunitas digital yang mereka ikuti dan bangun bersama. Proses membentuk identitas di TikTok bukan hanya soal bagaimana seseorang ingin dilihat, tetapi juga soal bagaimana ia melihat dirinya sebagai bagian dari kelompok sosial tertentu dalam ekosistem digital yang lebih besar. Crop top dalam hal ini bukan hanya busana, tetapi representasi dari identitas kelompok, nilai-nilai yang dianut, dan resistensi

terhadap norma sosial yang tidak mereka anggap relevan dengan pengalaman hidup mereka.

Temuan dalam penelitian menunjukkan bahwa pemilihan crop top sebagai identitas visual sangat terkait dengan kenyamanan, kepercayaan diri, serta keinginan untuk jujur terhadap diri sendiri. Namun, pada saat yang sama, mereka menyadari adanya norma dan pandangan masyarakat yang masih religius, yang memandang crop top sebagai tidak sopan atau tidak sesuai nilai agama. Ketegangan ini tidak selalu mereka hadapi dengan frontal, tetapi melalui proses refleksi dan penyesuaian diri. Beberapa informan memilih mengatur waktu dan tempat konten mereka diunggah, membatasi jenis konten tertentu agar tidak menyinggung orang tua, atau menegaskan bahwa kepercayaan diri dan ekspresi diri mereka tidak bertentangan dengan spiritualitas mereka.

Dengan demikian, teori *self-categorization* membantu menjelaskan bagaimana para remaja menempatkan dirinya dalam kelompok sosial yang mendukung nilai-nilai tertentu, sementara konsep niche memberikan konteks ruang di mana ekspresi tersebut difasilitasi dan diperkuat secara digital. Kombinasi kedua kerangka ini memberikan pemahaman yang menyeluruh terhadap dinamika identitas sosial remaja di TikTok: sebuah proses aktif dan reflektif yang terus dinegosiasikan antara kebutuhan personal, dukungan komunitas, dan tekanan nilai sosial yang ada.

Self-categorization theory adalah sebuah teori dalam psikologi sosial yang menjelaskan bagaimana seseorang membentuk identitasnya berdasarkan konteks sosial di sekitarnya. Teori ini dikembangkan oleh John C. Turner sebagai pengembangan dari sosial identitas teori. Inti dari teori ini adalah bahwa identitas diri seseorang bersifat fleksibel dan dapat berubah tergantung pada situasi sosial yang sedang dihadapi. Artinya, seseorang tidak selalu mendefinisikan dirinya sebagai "aku" yang unik, melainkan bisa melihat dirinya sebagai bagian dari kelompok tertentu.

Self-categorization theory juga menjelaskan bahwa pilihan untuk menonjolkan identitas kelompok ini biasanya terjadi tanpa paksaan dari luar. Kadang kala, hanya karena seseorang menyadari bahwa ia termasuk dalam

suatu kelompok, maka secara otomatis mulai berperilaku atau berfikir sesuatu dengan nilai-nilai kelompok tersebut. Ini bukan berarti ia kehilangan individualitasnya, tetapi identitas sosialnya menjadi lebih dominan dalam konteks tertentu.

Jadi, maksud dari *self-categorization theory* adalah bahwa identitas diri bukanlah sesuatu yang tetap atau bawaan, melainkan sesuatu yang terus menerus dibentuk dan dibentuk ulang melalui pengalaman sosial. Orang bisa berpindah antara melihat dirinya sebagai individu atau sebagai anggota kelompok, tergantung situasi, lingkungan sosial, dan kebutuhan psikologinya untuk merasa cocok atau diterima. Teori ini sangat berguna untuk memahami fenomena sosial modern, termasuk bagaimana remaja membentuk identitas di media sosial.

Self-categorization theory khususnya dalam konteks *content creator* yang memakai crop top sangat erat karena keduanya sama-sama berbicara tentang bagaimana seseorang membentuk dan menampilkan siapa dirinya dalam situasi sosial tertentu. *Self-categorization theory* menjelaskan bahwa seseorang tidak hanya memiliki satu identitas tetapi, melainkan bias mengubah cara mereka memandang dirinya tergantung pada lingkungan sosial yang sedang dihadapi. Identitas diri itu bias bersifat pribadi (sebagai individu unik) atau sosial (sebagai bagian dari kelompok).

Di TikTok, remaja menjadi sangat terpengaruhi oleh komunitas tren, dan norma-norma yang berkembang dalam platform tersebut. Ketika seseorang remaja memutuskan untuk menjadi *content creator* dan menggunakan crop top dalam videonya, ia sebenarnya tidak hanya memilih gaya berpakaian, tetapi juga sedang membentuk identitas sosialnya secara sadar atau tidak sadar. Ia sedang "mencategorikan" dirinya sebagai bagian dari kelompok atau komunitas tertentu yang memiliki nilai-nilai yang sama misalnya, kelompok yang mendukung kebebasan berekspresi, menolak stereotip gender, atau mengusung keberanian untuk tampil berbeda.

Dalam proses ini, remaja tersebut mulai mengadopsi simbol-simbol dan cara berperilaku kelompok, seperti menggunakan pakaian crop top, mengikuti gaya berbicara tertentu, atau menggunakan tagar/tag komunitas tertentu. Ia

mulai memandang dirinya bukan hanya sebagai "aku pribadi", tetapi sebagai "kita" yang tergabung dalam kelompok sosial yang memiliki norma tersendiri. Ini sesuai dengan prinsip utama *self-categorization theory*, yaitu bahwa identitas sosial seseorang muncul saat mereka melihat diri mereka sebagai bagian dari kelompok, bukan sebagai individu yang berdiri sendiri.

Selain itu, platform TikTok sendiri memperkuat proses mendorong interaksi sosial yang intens, seperti komentar, *likes*, dan tren viral. Ketika seorang remaja mendapat dukungan positif karena menggunakan crop top dan dianggap keren atau berani, maka identitas sosialnya sebagai bagian dari komunitas itu semakin kuat. Sebaliknya, jika mendapat komentar negatif, ia bias saja mempertanyakan kembali identitas yang sedang dibentuk. Dalam kedua situasi ini, identitas sosial tidak bersifat tetap, melainkan terus dibentuk ulang melalui proses saling mempengaruhi antara individu dan lingkungannya.

Jadi, *self-categorization theory* membantu kita memahami bahwa remaja yang menjadi *content creator* di TikTok dan berpakaian crop top sedang dalam proses membentuk siapa mereka, melalui cara melihat diri sendiri dalam kaitannya dengan kelompok sosial tertentu. Mereka sedang menjalani proses pengkategorian sosial yang kompleks dan dinamis, di mana identitas mereka terus berubah tergantung pada bagaimana mereka ingin dilihat, dengan siapa mereka berinteraksi, dan bagaimana mereka merespon ekspektasi atau tekanan sosial di sekitar mereka.

Self-categorization theory oleh John C. Turner berikut adalah konsep - konsep utama dalam *self-categorization theory* (SCT) yaitu:

1.5.2.3.1 Dua Identitas: Identitas dan Identitas Sosial

Manusia adalah individu sekaligus anggota kelompok, sehingga memiliki identitas personal dan identitas sosial "*Humans are both individuals and group members, and therefore have both personal identity and social identity*".

Manusia adalah individu sekaligus anggota kelompok sehingga memiliki identitas personal dan identitas sosial. Identitas adalah pengenalan dan kesadaran seseorang terhadap dirinya sendiri sebagai pribadi yang unik

dan berbeda. Sedangkan identitas sosial adalah kesadaran seseorang bahwa dirinya merupakan bagian dari suatu kelompok sosial tertentu. Kedua identitas itu saling melengkapi dalam bentuk siapa seseorang di dunia sosial dan personalnya.

1.5.2.3.2 Tingkat Kategorisasi Diri

Orang dapat mendefinisikan dirinya pada berbagai Tingkat abstraksi sebagai individu sebagai anggota kelompok tertentu dan sebagai anggota kelompok yang lebih luas kategorisasi ini bersifat kontekstual *“People can define themselves at different levels of abstraction as individuals, as members of specific groups, and as members of more inclusive groups the categorization varies depending on context”*

Tingkat kategorisasi ini adalah konsep yang menjelaskan bahwa seseorang bisa memandang dan mendefinisikan dirinya sendiri dalam berbagai level, mulai dari yang paling pribadi sebagai individu, sehingga sebagai bagian dari kelompok tertentu, bahkan sebagai bagian dari kelompok yang lebih besar lagi. Jadi cara seseorang melihat dirinya ini sangat dipengaruhi oleh situasi atau konteks yang sedang dihadapi. Misalnya dalam situasi, seseorang mungkin lebih menonjolkan identitas pribadinya, sementara disituasi lain, ia lebih merasa sebagai anggota kelompok tertentu atau kelompok yang lebih luas. Jadi tingkat kategorisasi diri menunjukkan bahwa identitas seseorang itu fleksibel dan bisa berubah-ubah sesuai dengan lingkungan atau keadaan yang sedang dihadapi.

1.5.2.3.3 Menarik Perhatian (*Salience*)

Menarik (*salience*) menjelaskan bagaimana situasi dikategorikan dan dipahami secara kognitif. Hal ini bergantung pada kesiapan individu dan kesesuaian kategori dengan konteks *“Salience explains how a situation is cognitively categorized and understood. It depends on the perceivers readiness and the fit of the category to the context”*.

Jadi jika seseorang sudah terbiasa atau siap dengan suatu kategori, dan kategori itu sesuai dengan situasi, maka orang itu akan lebih cepat dan jelas dalam memahami dan mengelompokkan situasi tersebut dalam pikirannya.

Sebaliknya, jika kategori kurang sesuai atau individu kurang siap, maka pemahaman situasi bisa menjadi kurang jelas dan lambat.

1.5.2.4 Konstruksi Identitas Sosial *Content Creator* Berpakaian Crop Top di Tiktok

Konstruksi identitas sosial yang memakai crop top di TikTok merupakan hasil dari proses interaksi sosial yang berlangsung di ruang digital. Berdasarkan teori identitas sosial Tjafel & Turner (1986), identitas sosial terbentuk dari kesadaran individu tentang keanggotaan dalam kelompok tertentu yang berbeda dengan kelompok lain. Para *content creator* yang memakai crop top mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok yang menonjolkan kebebasan berekspresi dan nilai-nilai modern, yang kemudian menjadi ciri khas identitas sosial mereka di dunia maya. Namun, identitas ini dinamis dan selalu mengalami negosiasi melalui interaksi dengan audiens yang memberikan respon positif maupun kritik. Turner & Reynolds (2012) menambahkan bahwa identitas seseorang bisa berubah sesuai dengan konteks sosial yang sedang dihadapi, sehingga dalam platform Tiktok, *content creator* yang menyesuaikan identitasnya melalui proses interaksi sosial tersebut.

TikTok sebagai platform berbasis visual memberi ruang sangat besar bagi remaja untuk mengekspresikan diri. Ketika seseorang *content creator* memilih untuk memakai crop top, mereka sedang membangun citra tertentu baik itu ingin tampil modis, percaya diri, bebas, atau bahkan menantang norma sosial. Melalui unggahan video, *caption*, gaya bicara, dan respons terhadap komentar, mereka secara aktif merancang bagaimana ingin dilihat oleh komunitas Tiktok. Proses ini tidak hanya terjadi secara pribadi, tetapi juga sosial, karena melibatkan pengakuan, validasi, dan penolakan dari orang lain yang menonton atau berinteraksi dengan konten mereka.

Dengan demikian, konstruksi identitas sosial di sini adalah sebuah proses dinamis di mana *content creator* membentuk citra diri yang diharapkan biasanya di terima, diakui atau bahkan diidolakan oleh kelompok tertentu di Tiktok. Pilihan untuk berpakaian crop top menjadi bagian dari strategi simbolik dalam menyampaikan pesan tentang siapa mereka, apa yang mereka perjuangkan, dan kelompok sosial mana yang mereka rasa menjadi bagian dari mereka.

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi wawancara, bertujuan memahami pengalaman pribadi remaja dalam membentuk identitas sosial di TikTok. Penelitian ini berfokus pada *content creator* remaja yang mengenakan crop top, untuk menggali bagaimana mereka memaknai identitas diri dan bagaimana mereka menampilkan diri diruang digital. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi akun TikTok, responden.

1.7 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan fokus pada fenomenologi wawancara, karena penelitian ini ingin memahami secara mendalam tentang pengalaman remaja dalam membentuk identitas sosialnya di TikTok melalui pilihan berpakaian crop top (Moleong, 2018). Pendekatan penelitian ini dapat menangkap makna yang dirasakan langsung oleh para *content creator*, tanpa berusaha menggeneralisasi, melainkan menggali bagaimana mereka memaknai dirinya di ruang sosial digital.

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi wawancara dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi, yang keseluruhannya diarahkan untuk memahami pengalaman dan makna subjektif dari *content creator* remaja di TikTok dalam membangun identitas sosial mereka.

1.9 Metode Pengumpulan Data

Untuk mencapai hasil yang maksimal serta untuk mempermudah pengumpulan data, penelitian ini menggunakan alat atau metode pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara mendalam: wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman, motivasi, serta pandangan mereka tentang identitas sosial yang dibangun melalui konten yang mereka buat.
2. Observasi terhadap aktivitas para *content creator* di TikTok, memperhatikan bagaimana mereka menampilkan diri, berinteraksi dengan audiens, dan membangun citra di media sosial.
3. Dokumentasi juga digunakan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis konten-konten video yang diunggah oleh para informan. Sehingga peneliti dapat memahami lebih dalam proses konstruksi identitas sosial yang terjadi. Seluruh data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk menemukan makna serta pola-pola yang berkaitan dengan pembentukan identitas sosial remaja di TikTok.

1.10 Sumber Data

1.10.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini di peroleh melalui wawancara mendalam dengan enam remaja perempuan berusia 18 hingga 20 tahun yang aktif di media sosial dan secara konsisten menampilkan gaya berpakaian crop top dalam konten mereka. Para informan ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu dengan mempertimbangkan kesesuaian karakteristik mereka dengan fokus penelitian, yaitu konstruksi identitas sosial melalui ekspresi diri di media sosial.

Wawancara dilakukan secara langsung di bulan juni 2025, tergantung pada lokasi dan kenyamanan informan. Seluruh wawancara dilakukan secara langsung (tatap muka) di lokasi yang disepakati bersama informan, seperti di Kota tua, Minberry atau ruang terbuka publik lainnya. Proses wawancara berlangsung selama kurang lebih 45 menit hingga satu jam, dan direkam dengan persetujuan dari masing-masing informan.

Adapun informan yang diwawancarai dalam penelitian ini di beri kode identitas seperti informan M, S, D, C, T. Mereka berasal dari latar belakang sosial dan domisili yang berbeda, namun memiliki kesamaan dalam menjadikan TikTok sebagai ruang ekspresi diri. Masing-masing dari mereka memberikan perspektif unik terkait alasan memilih crop top, pandangan tentang kenyamanan berpakaian, pengaruh lingkungan sosial, serta bagaimana mereka membentuk identitas diri di hadapan *audiens* digital.

1.10.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder berupa dokumentasi yang meliputi konten video yang diunggah, *screenshot* interaksi, serta bahan pendukung lain seperti literatur, artikel, atau penelitian terdahulu yang relevan. Data sekunder ini berfungsi melengkapi dan memperkuat data primer sehingga analisis menjadi lebih komprehensif dan valid.

1.11 Teknik Analisa Dan Interpretasi Data

1.11.1 Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, dari para *content creator* melalui wawancara dan observasi langsung aktivitas mereka di TikTok. Data juga didukung oleh dokumentasi berupa konten video yang diunggah. Semua data ini kemudian ditranskrip dan disusun secara sistematis agar mudah dianalisis.

1.11.2 Reduksi Data

Setelah pengumpulan data tahap reduksi data dilakukan dengan menyaring dan memfokuskan informasi yang relevan. Proses ini melibatkan pemilihan pernyataan penting dari hasil wawancara dan observasi, kemudian mengelompokkan pernyataan tersebut ke dalam tema atau unit makna yang menggambarkan pengalaman dan persepsi para informan (Sugiyono, 2020). Reduksi data bertujuan menyederhanakan data tanpa menghilangkan makna inti sehingga esensi fenomena dapat terlihat jelas.

1.11.3 Triangulasi

Triangulasi digunakan untuk meningkatkan validitas dan keakuratan data dengan cara menggabungkan berbagai sumber data, teknik pengumpulan, dan perspektif

analisis. Misalnya, hasil wawancara dibandingkan dengan observasi dan dokumentasi konten untuk memastikan konsistensi informasi dan memperkaya pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.

1.12 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif mengacu pada sejauh mana data yang dikumpulkan benar-benar mempresentasikan fenomena yang sedang diteliti. Dalam konteks penelitian ini keabsahan data sangat penting untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh mencerminkan secara akurat bagaimana remaja mengkonstruksi identitas melalui gaya berpakaian crop top.

Berikut adalah beberapa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan keabsahan data dalam penelitian ini:

1.12.1 Trigulasi Data

Membandingkan dan menguji kebenaran data dengan menggunakan lebih dari satu sumber atau teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya mengandalkan hasil wawancara saja, tetapi juga mencocokkan data dengan hasil observasi pada akun TikTok responden, serta data dari dokumentasi (seperti screenshot, caption, komentar, atau video yang diunggah). Jika ketiga sumber ini menunjukkan informasi yang selaras, maka data dianggap lebih valid.

1.12.2 Member Checking

Member checking adalah proses di mana peneliti kembali mengonfirmasi hasil wawancara kepada responden. Setelah data wawancara ditranskrip dan dianalisis, peneliti memberikan ringkasan hasil tersebut kepada responden untuk ditinjau. Tujuannya adalah memastikan bahwa apa yang dituliskan oleh peneliti benar-benar sesuai dengan maksud dan perasaan responden. Jika ada bagian yang keliru atau kurang tepat, responden dapat memberikan klarifikasi, sehingga hasil akhirnya menjadi lebih akurat.

1.12.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data berupa bukti visual atau tertulis yang mendukung wawancara dan observasi. Dalam konteks penelitian ini,

dokumentasi bisa berupa tangkapan layar (*screenshot*) dari konten TikTok, komentar dari pengguna lain, atau bio akun yang menunjukkan cara responden membentuk identitasnya. Dokumentasi ini penting sebagai data pendukung dan pelengkap, yang membantu memperkuat narasi dan analisis peneliti.

