

**UPAYA MEMBENTUK KEPERCAYAAN DIRI
PEREMPUAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

(STUDI AKUN TIKTOK @juliarimbaa)

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Oleh:

MIA RAHMAWATI

2006026007

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2024

NOTA PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada:
Yth. Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Walisongo Semarang
Di Tempat

Assalamu 'alaikum. Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa Skripsi saudara/i:

Nama : Mia Rahmawati

NIM : 2006026007

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Upaya Membentuk Kepercayaan Diri Perempuan Melalui Media Sosial TikTok (Studi Akun TikTok @juliarimbaa)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 18 September 2024

Pembimbing,



Akhriyadi Sofian, M.A.

NIP. 197910222023211004

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI
UPAYA MEMBENTUK KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MELALUI
MEDIA SOSIAL TIKTOK
(Studi Akun TikTok @juliirimbaa)

Disusun Oleh
Mia Rahmawati
2006026007

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Walisongo Semarang pada tanggal 27 September 2024 dan dinyatakan **LULUS**
Susunan dewan penguji



Akhriyadi Sofian, M.A.
NIP.197910222023211004

Sekretaris Sidang

Endang Supriadi, M.A.
NIP. 198909152023211030

Penguji Utama

Naili Ni matul Hiliyun, MA
NIP. 199101102018012003

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya sebagai penulis menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang 12 September 2024
Yang bersangkutan,



Mia Rahmawati

NIM. 2006026007

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunia-Nya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“UPAYA MEMBENTUK KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Akun TikTok @juliarimbaa)** Dengan banyaknya tantangan dalam penyusunan skripsi ini . Tak lupa penulis panjatkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang sangat kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat nanti.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat dicapai dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Naili Ni'matul Illiyun, M.A., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Akhriyadi Sofian, M.A., selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah berkenan dan bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Prof. Hj. Mizbah Zulfa Elizabeth, M.Hum., sebagai dosen yang telah memberikan banyak perhatian, nasihat, arahan dan berbagai bantuan sejak sebelum pengajuan judul penelitian hingga penyelesaian penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen, tenaga pengajar dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah mendidik, memberikan ilmu, dan pengalaman serta membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.

7. Kedua orang tua tercinta penulis yaitu Bapak Usman dan Ibu Armawati, serta Adik satu-satunya Maarifad yang senantiasa memberikan cinta, dukungan, arahan, doa, dan menjadi sumber utama semangat penulis selama masa perkuliahan dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
 8. Teman-teman kelas Sosiologi A 2020 yang menjadi teman seperjuangan dengan menemani dan memberikan dukungan selama kuliah hingga penyusunan skripsi ini.
 9. Sahabat-sahabati PMII Rayon FISIP dan Sahabat-Sahabati PMII Komisariat UIN Walisongo yang telah memberikan warna dalam proses pembelajaran sebagai mahasiswa, yang memberikan semangat untuk mengerjakan dengan sungguh-sungguh
 10. Founder akun TikTok @juliarimbaa yang telah memberikan kesempatan dan banyak bantuan dalam proses penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
 11. Informan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga segala permasalahan, tantangan, dan kesulitan yang dihadapi mampu terselesaikan
- Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan pihak-pihak yang bersangkutan. Penulis menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan guna perbaikan lebih lanjut.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 12 September 2024



Mia Rahmawati

NIM. 2006026007

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan dan mengusahakan keberhasilan putri kecilnya. Tidak ternilai perjuangan yang telah diberikan hingga putri kecilnya dapat sampai tahapan ini. Terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, arahan, dan nasihat yang tiada henti untuk diri penulis. Terima kasih untuk adik kecil saya yang selalu mendoakan saya dalam sholatnya dan memastikan penulis tetap baikbaik saja di tempatnya menimba ilmu. Terima kasih untuk segala kepercayaannya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi pada perguruan tinggi S1. Semoga Allah senantiasa menaungi kedua orang tua penulis dengan kasih sayang-Nya, selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta umur panjang kepada mereka agar penulis mampu memberikan mereka kebahagiaan di hari tua mereka sebagaimana mereka memberikan penulis kebahagiaan di saat penulis kecil hingga sampai saat ini.

Almamater Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam
Negeri Walisongo Semarang.

MOTTO

Kurang cerdas dapat diperbaiki dengan belajar. Kurang cakap dapat dihilangkan dengan pengalaman. Namun tidak jujur itu sulit diperbaiki

Moh. Hatta

Setiap langkah yang diperjuangkan akan membawa ketempat yang pernah kita cita-citakan. Berhenti sejenak untuk menarik nafas adalah sebuah perhentian sementara untuk terus maju kedepan.

Mia Rahmawati

ABSTRAK

Masalah kepercayaan diri merupakan sebuah masalah yang dialami setiap individu, dengan munculnya kemudahan akses internet, dan perkembangan media sosial membuat setiap orang bebas bersuara memberikan pandangannya tentang standar kecantikan, hal ini menyebabkan banyaknya pendapat-pendapat yang mempengaruhi perasaan rendah diri atau ketidakpercayaan diri seseorang dikarenakan merasa dirinya tidak sesuai standar kecantikan Sebagian orang. Melalui akun TikTok @juliarimbaa, pandangan-pangan tentang standar kecantikan yang dirasa merugikan sebagaian orang tidak memenuhi standar, konten-konten ini dibuat dengan tujuan menghilangkan standar-standar yang telah ditetapkan sebagaian orang, lewat konten ini, pembuat konten menginginkan setiap orang harus menghargai dirinya sendiri dan mengupayakan bagaimana cara seseorang punya nilai diri yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk konten yang dihasilkan akun TikTok @juliarimbaa beserta alasan pembuatan konten tersebut dan untuk mengetahui dampak yang dihasilkan dari konten tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan netnografi. Penelitian berjenis penelitian digital. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari informan penelitian yaitu, admin akun TikTok, *founder* akun, dan para pengikut aktif akun. Sedangkan data sekunder bersumber dari buku, artikel jurnal, serta dokumentasi lainnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi langsung, dengan wawancara yang tidak terstruktur, informan yang dipilih melalui teknik *purposive* dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teori praktik sosial milik Pierre Bourdieu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat berbagai konten pada akun TikTok @juliarimbaa yaitu: (1) konten *personal color*, pemahaman tentang *undertone* yang tepat bagi seseorang, (2) konten *stop insecure*, adalah konten yang berisi ajakan untuk keluar dari pemikiran dan perasaan rendah diri, (3) konten pelajaran kepercayaan diri adalah konten yang menjelaskan cara bertingkah laku di tempat umum atau saat sedang berada di keramaian agar tetap percaya diri, (4) konten inspirasi, adalah konten yang berisikan arahan dan saran untuk individu bisa meningkatkan nilai diri, konten ini dikemas dalam bentuk berbagi tips. Dampak yang ditimbulkan oleh konten kepercayaan diri pada para informan yaitu dampak psikologis meliputi peningkatan kepercayaan diri dan perubahan pola pikir, dampak perilaku meliputi perubahan kemampuan bersosialisasi dan pembentukan kebiasaan baru, dan dampak terakhir adalah dampak ekonomi yang meliputi keterlibatan kegiatan kewirausahaan dan menjadi endorser.

Kata Kunci : Kepercayaan diri, TikTok, Akun @juliarimbaa, Perempuan

ABSTRACT

The problem of self-confidence is a problem experienced by every individual, with the advent of easy access to the internet, and the development of social media makes everyone free to give their views on beauty standards, this causes many opinions that affect feelings of inferiority or distrust of one's self because they feel they do not fit the standards of beauty of some people. Through the TikTok account @juliarimbbaa, views on beauty standards that are felt to be detrimental to some people do not meet standards, these contents are made with the aim of eliminating the standards that have been set by some people, through this content, content creators want everyone to respect themselves and strive for how someone has high self-value. This study aims to determine the forms of content produced by the TikTok account @juliarimbbaa along with the reasons for creating the content and to determine the impact generated from the content.

This research is a qualitative research using netnography approach. Research manifold digital research. The data sources used in this study are primary data and secondary data. The primary Data in this study came from research informants, namely, TikTok account admins, account founders, and active account followers. While the secondary data is sourced from books, journal articles, and other documentation. Data collection techniques in this study using direct observation, with unstructured interviews, informants selected through purposive techniques and documentation. Data analysis using Pierre Bourdieu's theory of social practice.

The results of this study found that there are various contents on the @juliarimbbaa TikTok account, namely: (1) personal color content, an understanding of the right undertone for a person, (2) stop insecure content, is content that contains an invitation to get out of thoughts and feelings of inferiority, (3) self-confidence lesson content is content that explains how to behave in public places or while, this content is packaged in the form of sharing tips. The impact caused by self-confidence content on informants is the psychological impact includes increased confidence and changes in mindset, behavioral impact includes changes in sociability and the formation of new habits, and the last dampa is the economic impact which includes the involvement of entrepreneurial activities and become an endorser.

Keywords: *Self-confidence, TikTok, Account @juliarimbbaa, Women*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	6
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metode Penelitian	16
H. Sistematika Penulisan	20
BAB II :KEPERCAYAAN DIRI, PEREMPUAN, TIKTOK DAN TEORI PRAKTIK SOSIAL PIERRE FELIX BOUDIEU	21
A. Kepercayaan diri, Perempuan, TikTok	21
1. Kepercayaan Diri	21
2. Perempuan	27
3. TikTok	27
B. Teori Praktik Sosial Pierre Felix Bourdieu	28
BAB III : GAMBARAN UMUM AKUN TIKTOK @JULIARIMBAA.....	30
A. Demografi Pengguna TikTok.....	30
B. Profil Akun TikTok @juliarimbaa	33
C. Profil Informan.....	36
BAB IV : BENTUK-BENTUK DAN ALASAN PENYAJIAN KONTEN KEPERCAYAAN DIRI PADA AKUN TIKTOK @JULIARIMBAA	45

A. Personal <i>color</i>	45
B. <i>Stop Insecure</i>	49
C. Konten Inspirasi.....	57
D. Pelajaran Kepercayaan Diri	61
BAB V : DAMPAK KONTEN AKUN TIKTOK @juliarimbaa DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN	67
A. Dampak Psikologis	67
1. Peningkatan Kepercayaan Diri.....	70
2. Perubahan Pola Pikir.....	75
B. Dampak Perilaku	75
1. Kemampuan Bersosialisasi	79
2. Membentuk Kebiasaan Baru	82
C. Dampak Ekonomi	83
1. Kegiatan Kewirausahaan	83
2. Endorser.....	85
BAB VI : PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepercayaan diri adalah suatu keyakinan seseorang terhadap segala sesuatu aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut, membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai tujuan dalam hidupnya (Hakim, 2002). Kepercayaan diri menurut Fahmi (2004), dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor perlakuan orang tua, saudara sekandung, orang lain, dan kebudayaan. Dari beberapa faktor tersebut, faktor kebudayaan sangat berpengaruh dengan perkembangan zaman saat ini. Faktor kebudayaan merupakan norma berupa pandangan umum yang disepakati dalam masyarakat, yang mana individu hidup dan diteruskan kepada individu lainnya melalui media cetak dan media elektronik. Faktor kebudayaan dikatakan sangat berpengaruh dengan perkembangan zaman saat ini dikarenakan, terjadiya perkembangan teknologi informasi yang sangat masif, sejak pandemi Covid-19 adopsi internet di Indonesia mengalami peningkatan. Menurut APJII dan We Are Social pada tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 200 Juta penduduk (databok, 2023). Direktur Pemberdayaan Informatika, Bonifasius Wahyu Pudjianto menyebutkan rata-rata setiap pengguna mengakses internet selama 8 jam 36 menit dalam sehari, artinya masyarakat menggunakan 37,5 persen dari 24 jam untuk mengakses internet.

TikTok menjadi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, terdapat 106,52 juta pengguna internet Indonesia yang menggunakan aplikasi TikTok (Databok, 2023). TikTok menjadi sarana pergaulan sosial manusia di internet. Banyaknya pengguna TikTok di Indonesia didasari oleh potensi yang dimiliki TikTok itu sendiri. TikTok sebagai media sosial adalah aplikasi yang sangat mudah digunakan, pengguna tidak memerlukan keahlian mengedit video untuk menciptakan video yang keren, banyak konten yang menarik yang dikemas secara kreatif, memiliki potensi pemuat video menjadi terkenal, sebagai aplikasi yang sedang menjadi trend.

Kajian mengenai potensi dari aplikasi TikTok telah banyak dilakukan oleh peneliti, seperti kajian yang dilakukan oleh Zahra, dkk (2023). Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi bisnis melalui TikTok, penelitian ini

menggunakan metode observasi dan *content analysis*. Dalam penelitian ini ditemukan hubungan dengan teori stimulus dan respon serta keputusan pembelian. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Fitri ,dkk (2021). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penggunaan TikTok pada kreativitas berpikir mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ angkatan 2019, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana. Penelitian ini berhasil menemukan hubungan positif antara penggunaan TikTok dan kreativitas berpikir mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ angkatan 2019.

Berdasarkan kajian terdahulu yang telah disajikan, kajian yang akan dilakukan peneliti pada kajian ini memiliki beberapa perbedaan dengan kajian terdahulu diantaranya, penelitian ini akan memfokuskan pada akun TikTok yang membuat video tentang rahasia kepercayaan diri, yang mana objek penelitian ini adalah akun TikTok dari @juliarimbaa. Kajian ini ingin melihat bagaimana relasi dan interaksi yang ada dalam ranah aplikasi TikTok dapat membantu membentuk kepercayaan diri perempuan. Penelitian ini juga ingin mengetahui bentuk-bentuk konten kepercayaan diri yang disajikan pada akun TikTok @juliarimbaa serta dampak-dampak yang ditimbulkan oleh konten kepercayaan diri akun @juliarimbaa terhadap para penontonnya.

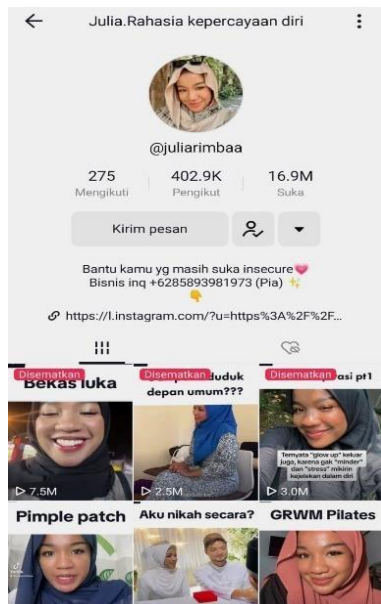
Fenomena yang berhubungan dengan ketidakpercayaan diri di kalangan perempuan terus meningkat. Kalimat *insecure* adalah sebuah bukti fenomena ketidakpercayaan diri, kalimat *insecure* menjadi trend kaum milenial, yang mana *insecure* sendiri menjadi kalimat yang digunakan saat seseorang merasa tidak percaya diri dengan kondisi yang dialaminya (GalamediaNews.com, 2021). Dalam temuan ZAP Beauty Index (ZBI) 2023 memaparkan 50,1% permasalahan kulit adalah penyebab rasa *insecure* perempuan Indonesia. Rasa *insecure* yang berlebihan dapat menyebabkan gangguan mental, yang bisa memberikan pengaruh pada fisik dan kejiwaan. Salah satu korban dari masalah ketidakpercayaan diri ini adalah penyanyi sekaligus aktris Korea Selatan yaitu Sulli yang meninggal akibat bunuh diri, ada penelitian yang mengungkapkan faktor kematian Sulli, perasaan ketidakpercayaan diri akibat komentar netizen.

Julia Rimba merupakan seorang kreator dengan nama asli Julia Martinez yang lahir pada tanggal 9 Mei 1989 di Deli Timor Timur, Julia adalah kreator konten di bidang kepercayaan diri, Julia sendiri memiliki beberapa akun media sosial aktif seperti TikTok, YouTube, Instagram. Akun TikTok @juliarimbaa merupakan akun TikTok yang berfokus pada produksi konten yang berhubungan dengan cara memunculkan

ndan Twitter. Dari keempat media sosial Julia, akun TikTok adalah akun yang paling gencar dan paling utama yang digunakan Julia sebagai tempat ia berbagi tips tentang kepercayaan diri. Akun TikTok @juliarimbaa telah ada sejak tahun 2021. Fenomena ketidakpercayaan diri dan keterkaitan Julia dengan rasa tidak percaya dirinya dahulu membuat ia semangat untuk mengajak perempuan Indonesia keluar dari rasa tidak percaya diri, ajakan tersebut diaktualisasikan melalui konten-konten yang dihasilkan.. Akun TikTok @juliarimbaa saat ini telah memiliki pengikut sebesar 402.900 ribu, mendapatkan jumlah suka terhadap keseluruhan video sebesar 17,2 juta suka, dan telah menghasilkan sebanyak 1087 video pada akun tersebut.

Dalam akun TikTok ini memiliki pembagian kategori konten, mulai dari kategori konten *stop insecure*, konten pelajaran kepedean, inspirasi, *personal color*, hingga kategori konten diluar tentang kepercayaan diri seperti *endorse* gratis, makanan, POV dll. Akun ini memiliki banyak pengguna aktif yang sering berinteraksi pada kolom komentar akun tersebut, terlihat pada salah satu video yang diunggah terdapat 1658 komentar dari para netizen, dalam akun tersebut juga terdapat 3 video utama yang disematkan kreator konten dengan capaian jumlah penonton 8 juta penonton, 2,5 juta penonton, dan 3 juta penonton.

Gambar 1: Akun TikTok @juliarimbaa



Sumber: Profil akun TikTok @juliarimbaa

Gambar 2: salah satu konten penonton tertinggi



Sumber: Beranda akun TikTok @juliarimbaa

Konten tentang kepercayaan diri yang dihasilkan akun TikTok @juliarimbaa memiliki keunikan tersendiri, hal ini bisa terjadi dikarenakan Julia Rimba sebagai

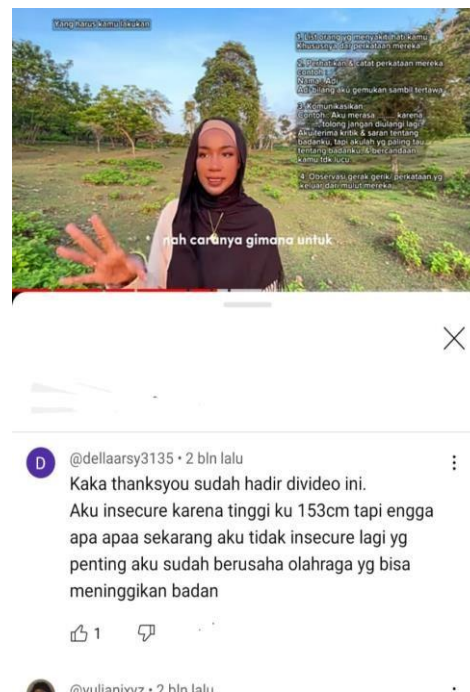
kreator konten yang dinilai masyarakat Indonesia kebanyakan, tidak memenuhi standar kecantikan masyarakat Indonesia. Julia Rimba sendiri memiliki ciri fisik seperti kulit hitam, rambut keriting, hidung besar, dan juga memiliki masalah kulit wajah seperti berjerawat. Ciri fisik yang dimiliki Julia tidak sesuai dengan standar kecantikan orang Indonesia pada umumnya, yang mana harus berkulit putih cerah, memiliki bibir tipis, wajah mulus tanpa noda, dan badan langsing. Hal ini tentu bertentangan dengan pribadi Julia sendiri, namun keadaan yang ada padanya tidak menghalangi untuk berbagi tips dan pengalaman kepada para netizen, khususnya perempuan untuk membentuk kepercayaan pada diri.

Fenomena ketidakpercayaan diri dan keterkaitan Julia dengan rasa tidak percaya dirinya dahulu membuat ia semangat untuk mengajak perempuan Indonesia keluar dari rasa tidak percaya diri, dari beberapa video yang diunggah pada akunnya, tampak banyak netizen perempuan yang antusias terhadap konten yang dihasilkan. Seperti pada salah satu video pelajaran kepercayaan diri 101, memberikan ajakan untuk mengubah untuk mengubah diri dan peduli pada diri. Dalam video tersebut banyak netizen yang menanggapi video tersebut, seperti yang dituliskan akun @httpdarkside, “baru no satu udah ketampar bgt”, akun @ester_siska, “kulit aq hitam kk kalo pake baju warna warni takut g pdee”, kemudian akun @fitramailis, “semua kulit itu cantik yg penting dirawat, Klw hitam tuh jatuhnya manis”. Komentar dari para netizen mengisyaratkan bahwa telah munculnya kesadaran tentang hal yang mereka ragukan atau dianggap jelek, sebenarnya bukanlah sebuah permasalahan, tergantung bagaimana individu itu memandangnya.

Sementara itu sebuah video dengan tema inspirasi anti *insecure*, dalam video tersebut memperlihatkan usaha Julia di masa lalu yang berusaha keras untuk mempercantik diri, namun usahanya belum berhasil. Mulai dari usaha untuk menghilangkan jerawat dan memutihkan kulit. Dalam video tersebut memperlihatkan Julia yang akhirnya berhasil memutihkan wajahnya dengan krim merkuri berbahaya, pada akhirnya Julia menyadari tindakannya yang tidak tepat. Dalam video tersebut memperlihatkan pada akhirnya Julia berhenti memikirkan persoalan fisik dan mulai memperbaiki diri, melalui belajar ilmu baru, membuka bisnis, dan membuka kelas bahasa Inggris yang bertujuan untuk meningkatkan nilai diri. Video tersebut mendapatkan berbagai macam respon dari para netizen, @KikyHenna mengatakan,

“cantik gak harus putih, semangat mempercantik diri dengan tunjukkan kualitas dirimu apa adanya”. @tetejima mengatakan, “iya KA gara2 muka ku jelek, aku jd orang introvert dari kecil apalagi pas masuk SMP dan masa remaja kaya minder dan takut ketemu orang”. Dari beberapa komentar yang ada terlihat para netizen aktif untuk menanggapi konten karena merasa sangat berhubungan dengan netizen tersebut, netizen tersebut menyadari kecantikan tidak harus sesuai standar orang lain, terlihat bagaimana tips yang diberikan Julia diterima oleh netizen.

Gambar 3: Video motivasi akun julia



Sumber: Beranda akun @juliarimbaa

Berdasarkan observasi awal peneliti, peneliti juga mendapatkan ungkapan keberhasilan konten tentang kepercayaan diri yang dihasilkan Julia, yang mana dapat menghilangkan perasaan *insecure* seorang netizen, dalam sebuah video tentang tips menghilangkan rasa *insecure*, akun @dellaarsy3135 mengatakan, “kaka thanksyou sudah hadir di video ini. Aku *insecure* karena tinggiku 153 cm tapi engga apa apa sekarang aku tidak *insecure* lagi yang penting aku sudah berusaha olahraga yg bisa meninggikan badan”. Hal ini menggambarkan tentang dampak nyata yang dirasakan netizen terhadap konten tersebut.

Wawancara awal dengan para penonton akun TikTok @juliarimbbaa juga telah dilakukan, seorang pengguna media sosial TikTok yang namanya disamarkan menjadi Gita, memberikan sedikit hal yang telah dirasakan mengikuti konten Julia. Dalam wawancara awal peneliti kepada Gita, peneliti menanyakan alasan Gita mengikuti akun tersebut, Gita menyatakan “Awalnya saya lagi nyari warna baju untuk orang berkulit gelap, setelah itu video kak julia lewat beranda saya, soal kita harus pede memakai baju warna apapun, tapi juga harus mengetahui *personal color* kita apa”. Kemudian Gita juga memberikan keterangan bahwa video akun TikTok @juliarimbbaa telah memberikan dampak pada pemikirannya tentang pentingnya percaya diri dan mau mencari jalan keluar dari sebuah permasalahan. Gita mengatakan “Setelah saya nonton vtnya kak Julia, saya ngerasa jadi lebih sadar aja si, bisa kok orang kulitnya gelap cantik pake warna apa aja, asalkan dia emang tahu *personal color* dia itu apa”.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai akun TikTok @juliarimbbaa yang mencoba untuk mengedukasi netizen tentang bagaimana menumbuhkan kepercayaan diri. Penelitian ini akan melihat bagaimana TikTok menjadi media yang efektif untuk membentuk kepercayaan diri seseorang, melalui konten-konten yang dihasilkan, sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan. Analisa terhadap akun TikTok @juliarimbbaa juga akan melihat bagaimana, interaksi akun @juliarimbbaa dan para netizen, apakah konten yang ada memberikan dampak terhadap netizen soal kepercayaan diri dalam ranah sosial. Untuk itu dalam penelitian ini akan mengangkat penelitian dengan judul “Upaya Membentuk Kepercayaan Diri Perempuan Melalui Media Sosial TikTok (Studi Akun TikTok @juliarimbbaa)”.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas, terdapat beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini, dengan rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk-bentuk dan alasan penyajian konten akun TikTok @juliarimbbaa tentang kepercayaan diri perempuan?
2. Bagaimana dampak dari konten yang disajikan akun TikTok @juliarimbbaa terhadap pembentukan kepercayaan diri pada perempuan?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk dan alasan penyajian konten di akun TikTok @juliarimbaa tentang kepercayaan diri
2. Untuk mengetahui dampak dari konten yang disajikan akun TikTok @julirimbaa terhadap pembentukan kepercayaan diri pada perempuan

C. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat, yakni manfaat praktis dan manfaat teoritis yang mana sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan keberagaman pemikiran dalam ilmu pengetahuan dan perguruan tinggi, menjadi referensi penelitian lebih lanjut tentang kepercayaan diri perempuan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian yang dilakukan memiliki harapan dapat bermanfaat bagi lembaga maupun masyarakat lewat edukasi kepercayaan diri yang disajikan pada platform tersebut.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang relevan dengan apa yang akan telah peneliti lakukan telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Penelitian ini akan dibagi menjadi dua tinjauan yang meliputi, kepercayaan diri dan potensi TikTok. Adapun penelitian yang relevan, diantaranya:

1. Kepercayaan Diri

Penelitian tentang kepercayaan diri telah banyak dilakukan oleh para ahli. Seperti yang dilakukan Dewi,dkk (2021), Adawiyah (2020), Safitri dan Rini (2021), Riyadi (2019), dan Rian (2019).

Seperti kajian yang telah dilakukan oleh Dewi, dkk (2021). Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri seseorang dengan lama penggunaan media sosial pada masa pandemi Covid-19, metode yang digunakan oleh peneliti adalah survei *online* pada 98 orang yang merupakan pengguna media sosial TikTok. Dalam penelitian ini mendapati tidak ada hubungan antara kepercayaan diri dan lama penggunaan media sosial TikTok pada masa pandemi Covid-19. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Adawiyah (2020), pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial TikTok pada remaja di Kabupaten Sampang apakah memiliki pengaruh pada penggunaannya, penelitian ini menggunakan paradigma positivisik dengan metode penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis. Sementara itu penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang signifikan dari penggunaan media sosial TikTok oleh remaja di Kabupaten Semarang.

Penelitian oleh Safitri dan Rini (2021), memiliki fokus penelitian hubungan yang ada antara penggunaan make-up terhadap kepercayaan diri remaja putri Tulung Agung, penelitian ini dilakukan untuk tujuan mengetahui pengaruh negatif yang disebabkan oleh ketergantungan mekap terhadap kepercayaan diri remaja putri Tulung Agung, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan terhadap ketergantungan mekap dan kepercayaan diri remaja putri.

Adapun penelitian yang dilakukan Riyadi (2019), pada penelitian ini fokus pada faktor-faktor penyebab siswa di SD Negeri 2 Wates menjadi kurang percaya diri, dengan tujuan penelitian mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang menyebabkan rasa kurang percaya diri pada siswa SD Negeri 2 Wates, sementara itu penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dan hasil dari penelitian ini mendapati faktor penyebab rasa kurang percaya diri para siswa adalah pernah mendapatkan peran negatif, hubungan keluarga yang terlalu dimanja, yang menyebabkan perasaan kurang nyaman di sekolah, serta tidak percaya pada kemampuan pribadi. Terakhir penelitian tentang kepercayaan diri oleh Sufi, dkk (2020). Penelitian ini memiliki fokus kajian untuk melihat hubungan kepercayaan diri dan penyesuaian sosial pada remaja putri di panti asuhan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan positif kepercayaan diri dan

penyesuaian diri remaja putri di panti asuhan, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan diri dan penyesuaian diri remaja putri yang berada di panti asuhan.

2. TikTok

Telah banyak ahli yang melakukan penelitian mengenai TikTok. Seperti yang dilakukan oleh Bulele dan Wibowo (2020), Fahira, dkk (2021), Gugule dan Mesra (2022), Batoebara (2020), dan Rosdina dan Nurnazmi (2021). Bulele dan Wibowo (2020) mengkaji tentang aplikasi TikTok yang menjadi salah satu media sosial terbesar yang digunakan para kaum milenial, dalam penelitian ini mendapati bahwa penggunaan aplikasi TikTok meningkat sejak masa pandemi covid-19, bagi kaum milenial TikTok menjadi sumber informasi, hiburan, dan membuat konten untuk mengekspresikan diri lewat bakat yang mereka miliki. Fahira, Agustinus dan Fatya (2021) mengkaji tentang video TikTok sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran merek Vendorin Indonesia, penelitian ini menyoroti potensi TikTok yang lebih besar dibandingkan aplikasi berbasis video seperti Instagram dan Youtube dalam pemasaran dan meningkatkan kesadaran merek dalam penelitian ini mendapatkan bahwa konsisten dalam membuat konten selama 3 bulan menghasilkan peningkatan pada jumlah pengikut, suka, dan berbagi.

Gugule dan Mesra (2022) mengkaji tentang fenomena penegakan hukum di Indonesia yang belakangan ini dipengaruhi oleh keviralan sebuah kasus, dalam penelitian ini masyarakat memberikan respon terhadap kasus yang sedang viral yang membuat masyarakat ikut bergerak memviralkan dan mengawal agar mendapat respon dari pihak terkait. Kasus yang viral nyatanya memang mendapatkan penanganan yang lebih cepat dari pihak penegak hukum. Safitri, Ramadhany dan Irwansyah (2021) mengkaji tentang penerapan teori penetrasi sosial di media sosial yang berfokus untuk melihat pengaruh dari pengungkapan jati diri melalui aplikasi TikTok atas penilaian sosial. Dari penelitian ini melihat pengungkapan jati diri yang dilakukan di TikTok tidak menghasilkan konten yang bermanfaat, tidak bermanfaatnya konten tersebut tergambarkan lewat konten yang hanya berisi sensasi semata sehingga berdampak pada penilaian yang buruk oleh lingkungan sosial.

Rosdiana dan Nurnazmi (2021) mengkaji dampak aplikasi TikTok pada proses sosial di kalangan remaja di Kelurahan Rabadompu Timur, Kecamatan Raba, Kota Bima. Penelitian ini fokus pada konsep diri dan eksistensi diri remaja pengguna TikTok, serta peran *significant other* dan *reference group* dalam membentuk konsep diri dan eksistensi diri remaja di lingkungan pergaulan mereka. serta penelitian ini juga mengkaji dampak positif dan negatif dari penggunaan TikTok pada remaja di Kelurahan Rabadompu Timur. Penelitian ini menemukan bahwa remaja pengguna TikTok di Kelurahan Rabadompu Timur cenderung memiliki konsep diri yang positif dan percaya diri. Mereka merasa lebih mudah mengekspresikan diri dan menunjukkan eksistensi diri melalui konten yang mereka buat di TikTok. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa *significant other* (teman sebaya, keluarga, dan pasangan) serta *reference group* (komunitas TikTok) memainkan peran penting dalam membentuk konsep diri dan eksistensi diri remaja pengguna TikTok di lingkungan pergaulan mereka.

Dari kelima kajian yang telah ditelaah diatas mendapati perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni, peneliti akan melakukan penelitian yang berfokus pada akun TikTok @resep_debm untuk melihat bagaimana strategi penyajian konten serta melihat interaksi para netizen di video akun tersebut.

E. Kerangka Teori

1. Definisi Konseptual

a. Kepercayaan Diri

Menurut Lauster kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Kepercayaan diri terbentuk dari proses pembelajaran seseorang untuk merespon rangsangan dari luar lewat interaksi yang dilakukan (Lauster, 2008). Sementara itu menurut Hakim, kepercayaan diri adalah suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai

tujuan di dalam hidupnya. Kepercayaan diri ialah kemauan untuk mencoba hal yang paling ditakuti oleh individu kemudian individu tersebut mampu untuk mengelola konsekuensi yang dihasilkan sesuai yang diinginkan (Hakim, 2002).

Maka dari pemamparan di atas kepercayaan diri disimpulkan sebagai sebuah sikap atau keyakinan atas kemampuan dan kelebihan diri sendiri untuk melakukan segala tujuan yang ingin dicapai individu, dengan melalui proses interaksi dengan orang lain, melawan rasa takut melakukan hal yang ingin, serta dapat menerima konsekuensi yang dihasilkan.

b. Perempuan

Menurut Nugroho (2008) perempuan merupakan manusia yang memiliki alat reproduksi, seperti rahim, dan saluran untuk melahirkan, mempunyai sel telur, memiliki vagina, dan mempunyai alat untuk menyusui, yang semuanya secara permanen tidak berubah dan mempunyai ketentuan biologis atau sering dikatakan sebagai kodrat (ketentuan Tuhan). Dalam Kamus Bahasa Indonesia disebutkan bahwa perempuan berarti jenis kelamin yakni orang atau manusia yang memiliki rahim, mengalami menstruasi, hamil, melahirkan, dan menyusui. Sementara itu menurut Judith Butler, perempuan adalah tindakan dan peran yang dimainkan, bukan hanya sesuatu yang dimiliki secara biologis (Butler, 2004).

c. TikTok

Tahun 2016 merupakan awal kemunculan dari salah satu aplikasi paling populer di dunia, hal ini dilihat dari banyaknya jumlah pengguna aplikasi tersebut. Tercatat terdapat 1,05 miliar pengguna di seluruh dunia per Januari 2023. TikTok, itulah nama aplikasi tersebut. Aplikasi video singkat asal China ini pertama kali lahir dengan nama Douyin saat perilisan awal pada September 2016, Zhang Yiming sebagai pendiri aplikasi ini merupakan pembangun perusahaan teknologi ByteDance pada Maret 2012, maka dari itu TikTok menjadi media sosial dibawah naungan perusahaan teknologi raksasa asal China ini. Dalam perilisannya TikTok mendapat respon yang cukup baik, dalam waktu yang relatif singkat TikTok berhasil memikat 100 juta pengguna, dengan 1 miliar jumlah penonton setiap harinya (Kompas.com, 2022).

Hasil tersebut membuat Douyin melebarkan sayapnya ke pasar dunia, 2017 Douyin melakukan akuisisi terhadap aplikasi Musical.ly, yang pada saat itu menduduki peringkat atas sosial media di bidang berbagi video singkat di Amerika Serikat. Dalam upaya penyesuaian agar mudah diingat dan dilafalkan, nama aplikasi tersebutpun diubah menjadi TikTok. Tahun 2018 masyarakat Indonesia mulai mengenal TikTok, keberadaan TikTok semakin meningkat dengan terjadinya pandemi covid-19, hal ini didukung oleh aturan yang mewajibkan masyarakat untuk dirumah saja guna menekan dan mencegah jumlah kasus covid-19. Negara Indonesia sendiri menempati posisi kedua sebagai pengguna TikTok terbanyak di dunia dengan jumlah pengguna sebesar 109,9 juta (Sari, 2023). TikTok memberikan kebebasan kepada setiap pengguna untuk menciptakan video pendek yang dapat mengekspresikan diri penggunanya. Video yang dibuat dapat menjadi representasi identitas diri mereka.

2. Kepercayaan Diri dalam perspektif Islam

Dalam ajaran islam sendiri juga mengenal soal kepercayaan diri. Manusia dianggap sebagai makhluk paling sempurna yang diciptakan oleh Allah SWT dibandingkan dengan makhluk lainnya. Ini disebabkan oleh keberadaan akal dan pikiran yang membedakan manusia dari makhluk lain yang diciptakan oleh Allah SWT. Allah SWT memerintahkan manusia untuk menggunakan akal dan pikirannya dengan bijaksana sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadist. Oleh karena keistimewaan ini, manusia seharusnya memiliki keyakinan pada kemampuan yang dimilikinya. Keyakinan ini akan membantu manusia menjadi individu yang percaya diri. Kepercayaan diri menjadi penting agar manusia selalu memiliki kepercayaan pada Allah SWT dalam menghadapi takdir-Nya, sehingga dapat terhindar dari rasa cemas dan gangguan perasaan lainnya. Hal ini ditegaskan dalam surat Ali-Imran ayat 139.

وَلَّهِ تَهَنُّوْا وَلَ تَحْزَنُوْا وَاَنْتُمْ اَلْعٰلَمِیْنَ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِیْنَ

Artinya: Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.

Ayat di atas memberikan penjelasan perintah untuk berjalan di bumi mempelajari bagaimana kesudahan mereka yang melanggar dan mendustakan ketetapan Allah. Namun demikian, mereka tidak perlu berputus asa. Karena itulah, janganlah kamu melemah, menghadapi musuh mu dan musuh Allah, kuatkan jasmaninya dan janganlah kamu bersedih hati dalam perang uhud, atau peristiwa lain yang serupa, tetapi kuatkan mentalmu. Mengapa kamu lemah atau bersedih, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya di sisi Allah di dunia dan di akhirat, di dunia karena apa yang kamu perjuangkan adalah kebenaran dan di akhirat karena kamu mendapat surga. Mengapa kamu bersedih sedang yang gugur di antara kamu menuju surga dan yang luka mendapat pengampunan ilahi, ini jika kamu orang-orang mukmin, yang mana jika keimanan telah mantap dalam hatimu (Tafsir Al-Misbah, 2002).

3. Teori Praktik Sosial Pierre Felix Bourdieu

a. Konsep Teori Praktik

Teori praktik merupakan teori yang berpusat pada aktor atau agen, teori ini berpusat pada struktur dalam pembentukan kehidupan sosial. Teori praktik adalah hasil interaksi penghayatan faktor eksternal dan penyesuaian diri dengan faktor internal. Faktor internal mencakup segala hal yang berkaitan dengan individu, sementara faktor eksternal melingkupi struktur objektif di luar individu dalam ranah sosial. Teori ini menggunakan konsep penting yakni habitus, modal, arena, dan praktik. Bourdieu membuat rumus untuk menerangkan teori praktik yaitu, $(\text{Habitus} \times \text{Modal}) + \text{Ranah}$, rumus ini menjelaskan bagaimana disposisi individu (habitus) dan sumber daya yang dimiliki (modal) saling berinteraksi dalam ranah atau arena, sehingga tercipta praktik atau tindakan nyata muncul sebagai hasil dari ketiga konsep tersebut (Bourdieu, 1977).

b. Asumsi Dasar Teori Praktik Bourdieu

Bourdieu memandang realitas sosial sebagai sebuah hubungan dinamis antara individu sebagai agen yang membawa struktur subjektif, dan struktur sosial yang merupakan struktur objektif. Bourdieu memperkenalkan konsep habitus dan arena (*field*) untuk menjelaskan interaksi ini. Habitus mengacu pada kumpulan kebiasaan dan karakteristik yang dimiliki oleh individu, sementara arena adalah tempat di mana habitus bertemu dan menciptakan bentuk modal atau kapital, seperti modal sosial, ekonomi, kultural, atau simbolik. Dalam teori ini, struktur sosial memengaruhi habitus individu secara signifikan, tetapi individu juga berperan dalam membentuk dan mereproduksi struktur tersebut melalui praktik-praktik mereka. Konsekuensinya, interaksi dinamis antara individu dan struktur sosial ini merupakan apa yang disebut Bourdieu sebagai "praktik".

c. Konsep kunci

1. Habitus

Bourdieu (1977) mengartikan habitus sebagai "sistem disposisi yang tahan lama, dapat dipindahkan, struktur yang terstruktur yang cenderung berfungsi sebagai struktur penyusun". Dalam istilah yang lebih sederhana, habitus dapat dianggap sebagai kumpulan kebiasaan, keterampilan, dan disposisi yang tertanam dalam individu melalui pengalaman sosial. Ini berarti habitus terbentuk melalui interaksi sosial dan menjadi bagian dari individu, yang kemudian memengaruhi perilaku, persepsi, dan keyakinan individu itu sendiri (Bourdieu, 1977). Dalam penelitian ini, habitus dapat menjelaskan bagaimana kebiasaan bawaan netizen berubah dipengaruhi oleh konten TikTok tentang kepercayaan diri yang ada, dan menciptakan habitus baru bagi para netizen. Konten-konten yang bermuatan soal cara menyetop rasa *insecure*, pelajaran kepedean, inspirasi, pelajaran *personal color*, membentuk sebuah habitus baru netizen sesuai tujuan konten tersebut.

2. Modal

Pierre Felix Bourdieu, menjelaskan modal sebagai sebuah asas dasar yang mempunyai dominasi dalam proses habituasi diri individu dalam lingkungan barunya. modal tidak hanya didefinisikan sebagai kekayaan materi semata,

melainkan sebagai hasil akumulasi pekerjaan yang termanifestasi dalam bentuk yang terkonkretkan atau tercermin dalam diri seseorang. Modal juga dapat diartikan sebagai rangkaian sumber daya, baik berupa materi maupun nonmateri, yang dimiliki oleh individu atau kelompok tertentu dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan. Dalam modal ini dibagi lagi menjadi empat jenis, modal sosial, modal simbolik, modal ekonomi, dan modal budaya (Bourdieu, 1986)

a. Modal Ekonomi

Modal ekonomi merupakan hal yang berkaitan dengan apa yang dimiliki seseorang. Modal ekonomi dapat berupa, kekayaan uang, ataupun material lain yang dimiliki, yang mana modal ini digunakan untuk tujuan dan diwariskan pada generasi berikutnya. Sementara itu untuk para netizen juga memiliki modal ekonomi berupa paket internet untuk menonton konten di TikTok serta saling berbagi keluhan dan ungkapan terhadap dampak yang netizen rasakan melalui kolom komentar video yang nantinya ditanggapi melalui balasan video ataupun langsung di dalam kolom komentar.

b. Modal Budaya

Modal budaya ini adalah kemampuan atau mutu diri berupa keterampilan, pendidikan, tingkat pengetahuan, tingkat keilmuan dalam akademik yang didapat dari pendidikan formal dan informal. Modal budaya memberikan pengaruh besar pada mutu diri dan kedudukan individu dalam kehidupan sosial.

c. Modal Sosial

Modal sosial adalah hal yang berkaitan dengan seluruh jejaring sosial, norma, dan kepercayaan di masyarakat. Modal sosial ada pada proses kemampuan masyarakat dalam sebuah kebudayaan dan komunitas yang bertujuan untuk bekerjasama membangun sebuah jaringan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati sebelumnya.

d. Modal Simbolik

Modal simbolik adalah modal yang dapat dilihat secara langsung dan dirasakan keberadaannya, Modal simbolik dapat berupa tempat, hobi, barang ataupun material yang ada pada agen maupun struktur tersebut. Modal

simbolik harus dimiliki untuk menjadi ciri khas struktur. Peneliti juga akan menyoroti kekuatan simbolik dalam memengaruhi perilaku dan pandangan dunia seseorang. Netizen memiliki modal simbolik berupa motivasi untuk lebih percaya diri.

3. Arena/ Ranah (*Field*)

Arena diterjemahkan Bordieu sebagai sebuah tempat atau jejaring sosial yang berhubungan dengan relasi. Arena ini merupakan tempat bertarung dari apa yang diperoleh sebelumnya berupa habitus yang dipunyai. Arena adalah tempat yang penting untuk mendapatkan modal, jadi dapat diartikan arena sebagai sebuah tempat atau ruang yang saling bersaing untuk memperoleh kekuasaan sosial, semakin besar ranah yang dicapai maka semakin besar juga akses yang diperoleh. Dalam penelitian ini TikTok menjadi arena yang mempengaruhi habitus penonton video yang disediakan Julia.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian digital atau *digital research*. Penelitian digital adalah teknik untuk mempelajari perubahan masyarakat dan kondisi budaya menggunakan data daring. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, metode kualitatif merupakan sebuah metode dalam penelitian dengan berlandaskan pada filsafat positivisme, metode kualitatif digunakan untuk meneliti objek alamiah. Dalam penelitian kualitatif peneliti menjadi instrumen kunci, hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan makna dibanding generalisasi dikarenakan metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini menggunakan metode netnografi. Metode netnografi adalah metode yang berguna untuk mengartikan dan mempelajari kehidupan dan budaya di dunia maya. Netnografi adalah penelitian kualitatif yang berupaya untuk mengartikan pengalaman budaya yang melingkupi dan tercermin dalam jejak digital, pratek, dan jejak *online*. Teks, grafik, fotografi, audiovisual, musik, iklan komersil. Pengalaman budaya dapat diraih dengan cara peneliti mengaitkan dan dicerminkan lewat tiga aspek dasar netnografi, seperti investigasi, interaksi, dan

imersi (Kozinets, 2015). Dalam netnografi mencakup prosedur yang memiliki enam tahapan, berikut ini adalah enam tahapan prosedur mendapatkan data:

- a. Perencanaan penelitian: Tahap ini meliputi menentukan tujuan, fokus, dan pertanyaan penelitian, serta memilih situs *online* yang relevan dan sesuai dengan topik penelitian.
- b. Entri: Tahap ini melibatkan proses masuk atau bergabung dengan komunitas online yang dipilih, dengan memperhatikan etika, izin, dan kredibilitas peneliti.
- c. Pengumpulan data: Tahap ini melaksanakan pengamatan partisipatif dan interaksi *online* dengan anggota komunitas, serta mengumpulkan data berupa teks, gambar, video, atau audio yang terkait dengan penelitian. Melakukan kontak langsung dengan admin dan *founder*, serta netizen.
- d. Interpretasi: Tahap ini menganalisis dan menafsirkan data yang telah dikumpulkan, dengan menggunakan teknik seperti koding, kategorisasi, tematisasi, atau narasi.
- e. Representasi data: Tahap ini menyajikan hasil penelitian dalam bentuk laporan, artikel, buku, atau media lain yang sesuai dengan tujuan dan audiens penelitian.

2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam jenis penelitian kualitatif dapat dibagi menjadi dua, yakni sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer merupakan sumber data yang dapat secara langsung memberikan data kepada peneliti, sedang sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak secara langsung didapat oleh peneliti, biasanya melalui perantara dari orang lain dan juga lewat dokumen (Sugiyono, 2015).

Sumber data primer dalam penelitian ini merupakan data yang didapatkan oleh peneliti melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan pada kolom komentar dan melihat video yang ada pada akun TikTok @juliarimba, Wawancara *founder* dan netizen. Sementara itu sumber data sekunder dalam penelitian ini didapatkan lewat dokumentasi dari akun TikTok @juliarimbaa dan akun Instagram netizen, artikel, buku, yang berkaitan dengan kajian mengenai TikTok.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Observasi

Observasi merupakan teknik yang memiliki ciri spesifik yakni pengamatan, observasi tidak terbatas pada komunikasi pada individu tetapi pada objek lainnya. (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi dengan mengamati akun TikTok

@juliarimbaa dan interaksi di dalamnya melalui postingan video dan kolom komentar, serta mengamati akun media sosial netizen.

b. Teknik Wawancara

Wawancara adalah proses pemberian informasi dengan bertukar ide antara dua orang dengan cara tanya jawab, sehingga dapat merekonstruksi makna dari hal yang ditanyakan (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini akan menggunakan teknik *Purposive*. *Purposive* adalah teknik pengambilan informan dengan mengambil data menggunakan pertimbangan tertentu. Admin atau *founder* dari akun @juliarimbaa dinilai peneliti dapat dapat mengerti permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti. Proses wawancara *founder* (Julia), dilakukan dengan proses menghubungi admin melalui Whatsapp, kemudian disambungkan untuk melakukan panggilan suara melalui Whatsapp. *Followers* aktif akun @juliarimbaa juga akan dilibatkan dalam wawancara untuk pengumpulan data, *followers* aktif memiliki kategori orang yang telah mengikuti julia di akun TikTok @juliarimbaa dan mengikuti akun Instagram milik Julia serta memiliki masalah kepercayaan diri. Wawancara dilakukan melalui percakapan lewat pesan Instagram netizen.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode untuk menemukan data yang berbentuk transkrip, catatan, buku, surat kabar, agenda kegiatan dan foto-foto dll. Dokumentasi digunakan untuk mengungkapkan peristiwa, objek, dan tindakan yang dapat memperkaya pemahaman peneliti terhadap masalah yang diteliti (Rukajat, 2018) Peneliti mengumpulkan data pada akun TikTok @juliarimbaa yang sudah tersedia pada laman profil akun dan postingan video, kemudian

mengumpulkan percakapan wawancara dengan netizen dengan cara menangkap layar (*Screenshoot*).

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini akan menggunakan teknik Analisis Media Siber (AMS). Dalam menganalisa budaya lewat internet, AMS memakai unit analisis makro (objek media serta pengalaman) dan unit analisis mikro (ruang media serta dokumen media). Tiap level dalam AMS hendak membagikan cerminan komunitas virtual (Nasrullah, 2017). Berikut ini adalah keempat level dalam Analisis Media Siber (AMS).

a. Ruang Media (*Media Space*)

Dalam level ini terdapat struktur perangkat dan penampilan yang terdapat di media

b. Dokumen Media (*Media Archive*)

Dalam level ini, dokumen berisi teks yang dibentuk dalam sebuah konten, dengan kalimat, video, narasi, dan lainnya

c. Objek Media (*Media Object*)

Pada level ini Objek media yang bisa diteliti adalah aktivitas dan interaksi antar pengguna, baik dalam unit mikro atau makro.

d. Pengalaman (*Eksperiential Stories*)

Di level ini peneliti akan menggali bagaimana motif atau alasan sebuah teks itu dibuat dan memberikan dampak. Hal ini berguna untuk peneliti agar bisa melakukan interpretasi pada realitas atau fenomena yang dijumpai.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KEPERCAYAAN DIRI, PEREMPUAN, TIKTOK, DAN TEORI HABITUS PIERRE FELIX BOURDIEU

Dalam bab ini berisi tentang penegasan istilah dan teori yang meliputi asumsi dasar, unsur teori, dan implementasi teori yang digunakan, yaitu kepercayaan diri, perempuan, TikTok, dan Teori Habitus Pierre Felix Bourdieu

BAB III GAMBARAN UMUM PROFIL AKUN TIKTOK @JULIARIMBAA

Bab ini menjelaskan gambaran umum akun TikTok @juliarimbaa, berisikan profil akun TikTok @juliarimbaa, tujuan akun, jumlah pengikut, dan jenis konten. Informasi akun diperoleh melalui studi literatur dan metode wawancara admin atau *founder* TikTok @juliarimbaa dan observasi.

BAB IV BENTUK-BENTUK DAN ALASAN PENYAJIAN KONTEN KEPERCAYAAN DIRI AKUN TIKTOK @JULIARIMBAA

Dalam bab ini berisikan pembahasan rumusan masalah pertama , yakni bagaimana bentuk konten akun TikTok @juliarimbaa tentang kepercayaan diri perempuan dan mengapa akun TikTok @juliarimbaa menyajikan konten kepercayaan diri perempuan di TikTok.

BAB V DAMPAK KONTEN AKUN TIKTOK @JULIARIMBAA DALAM UPAYA MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN

Bab ini akan memaparkan penjelasan rumusan masalah yang ketiga, mengenai dampak yang dihasilkan dari konten akun TikTok @juliarimbaa terhadap kepercayaan diri perempuan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini akan berisikan kesimpulan penelitian secara keseluruhan serta saran-saran guna pengembangan penelitian berikutnya.

BAB II

KEPERCAYAAN DIRI, PEREMPUAN, TIKTOK, DAN TEORI PRAKTIK SOSIAL PIERRE FELIX BOURDIEU

A. Kepercayaan diri, Perempuan, TikTok

1. Kepercayaan Diri

a. Konsep Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri (Lauster, 2008). Kepercayaan diri adalah suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya (Hakim, 2002). Hal ini bukan berarti bahwa individu tersebut mampu dan kompeten melakukan segala sesuatu seorang diri. Rasa percaya diri yang tinggi sebenarnya hanya merujuk pada adanya beberapa aspek dari kehidupan individu tersebut dimana ia merasa memiliki kompetensi, yakni mampu dan percaya bahwa dia bisa karena didukung oleh pengalaman, potensi aktual, prestasi serta harapan yang realistis terhadap diri sendiri.

Kepercayaan diri merupakan perasaan positif yang terdapat pada diri seseorang berupa kepercayaan terhadap kemampuan dan potensi yang dimiliki orang tersebut, keyakinan potensi yang dimiliki dapat mengerjakan segala tugas dengan baik guna meraih tujuan hidupnya (Idrus dan Rohmiati, 2011). Kepercayaan diri membuat seseorang merasa dirinya berharga dan memiliki sebuah kemampuan untuk menjalani kehidupannya dengan memberikan pertimbangan terhadap keputusannya sendiri. Adapun ciri-ciri orang yang memiliki kepercayaan diri, yaitu yakin pada diri sendiri, tidak kebergantungan pada orang lain, tidak ragu-ragu, merasa diri berharga, tidak menyombongkan diri, dan mempunyai keberanian dalam mengambil tindakan (Lie, 2003). Berdasarkan pemaparan

diatas, maka kepercayaan diri dapat dimaknai sebagai kepemilikan seseorang terhadap keyakinan, kemampuan dan potensi yang dimiliki untuk menunjang kebutuhan hidup orang tersebut.

b. Karakteristik Kepercayaan Diri

Individu yang memiliki kepercayaan diri akan memiliki karakter karakter tertentu dalam dirinya. Menurut Lautser (2008), terdapat karakteristik untuk menilai kepercayaan diri individu, diantaranya sebagai berikut:

1. Memiliki kepercayaan kepada kemampuan diri sendiri, yakni sebuah keyakinan terhadap diri sendiri untuk segala peristiwa yang ada hubungannya dengan kemampuan diri guna mengevaluasi dan mengatasi peristiwa yang terjadi.
2. Berperilaku mandiri terhadap pengambilan keputusan, yaitu dalam bertindak untuk mengambil keputusan untuk apa yang akan dikerjakan secara mandiri tanpa melibatkan orang lain, serta mampu meyakini tindakan yang telah dikerjakan.
3. Mempunyai konsep diri yang positif, yakni terdapat penilaian baik kepada diri sendiri, mulai dari pandangan ataupun tindakan yang dapat memunculkan rasa positif pada diri individu itu sendiri.
4. Memiliki keberanian untuk berpendapat, sikap ini adalah kemampuan untuk mengutarakan sesuatu yang ada dalam diri individu kepada orang lain, namun hal ini muncul tanpa adanya paksaan dan hambatan untuk pengungkapan pendapat tersebut.

c. Faktor-Faktor Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri individu muncul tidak dengan sendirinya, ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kemunculan kepercayaan diri individu. Anthony menyebutkan terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi kemunculan kepercayaan diri individu, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal

a. Konsep Diri

Kepercayaan diri seseorang dapat dimulai dengan perkembangan konsep diri seseorang yang diperoleh melalui proses interaksi dengan kelompok sosial.

b. Harga Diri

Konsep diri yang positif membentuk harga diri yang positif. Harga diri adalah penilaian terhadap diri sendiri, dan individu dengan harga diri tinggi cenderung berhubungan dengan orang lain secara positif.

c. Kondisi Fisik

Perubahan fisik memengaruhi kepercayaan diri. Penampilan fisik dapat memengaruhi harga diri dan percaya diri seseorang.

d. Pengalaman Hidup.

Pengalaman masa lalu memainkan peran penting dalam pengembangan pribadi yang sehat.

2. Faktor Eksternal

a. Pendidikan

Tingkat pendidikan memengaruhi kepercayaan diri. Individu dengan pendidikan lebih tinggi cenderung mandiri dan percaya diri dalam menghadapi situasi.

b. Pekerjaan

Bekerja dapat mengembangkan kreativitas, kemandirian, dan kepercayaan diri. Lingkungan kerja juga berpengaruh pada kondisi mental secara keseluruhan

c. Lingkungan

Dukungan dari lingkungan keluarga dan masyarakat memengaruhi rasa nyaman dan kepercayaan diri seseorang.

Sementara itu menurut menurut Fahmi (2004), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri individu, faktor-faktor tersebut adalah:

1. Perlakuan orangtua

Sebagai anak, seseorang harus menyesuaikan atau mengidentifikasi diri individu dengan orangtua dan menyerap nilai-nilai yang merdeka jadikan sebagai pegangan hidup.

2. Saudara sekandung

Selama bersamaan saudara sekandung juga mempunyai peranan penting dalam menentukan kesuksesan atau kegagalan individu.

d. Aspek-Aspek kepercayaan Diri

Menurut Lautster (2008), aspek-aspek kepercayaan diri terdiri dari lima bagian yaitu :

1. Keyakinan akan kemampuan diri yaitu sikap positif seseorang tentang dirinya bahwa mengerti sungguh-sungguh akan apa yang dilakukannya.
2. Optimis yaitu sikap positif seseorang yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri, harapan dan kemampuan.
3. Objektif yaitu orang yang percaya diri memandang permasalahan atau segala sesuatu sesuai dengan kebenaran semestinya, bukan menurut kebenaran pribadi atau menurut dirinya sendiri.
4. Bertanggung jawab yaitu kesediaan seseorang untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya. Rasional dan realistis yaitu analisa suatu masalah, suatu hal, suatu kejadian dengan menggunakan pemikiran yang diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.

Sementara itu (Angelis, 2002) mengemukakan bahwa kepercayaan diri seorang individu mencakup 3 aspek, yaitu :

a. Aspek Tingkah Laku

Aspek tingkah laku adalah kepercayaan diri untuk mampu bertindak dan menyelesaikan tugas-tugas mulai dari yang paling sederhana hingga tugas-tugas yang rumit untuk meraih sesuatu. Dalam aspek tingkah laku ini terdapat 4 ciri penting, yaitu sebagai berikut :

1. Keyakinan atas kemampuan diri sendiri untuk melaksanakan sesuatu.
2. Keyakinan atas kemampuan untuk menindak lanjutin segala prakasa pribadi secara konsekuen.
3. Keyakinan atas kemampuan sendiri untuk menanggulangi segala kendala.
4. Keyakinan atas kemampuan untuk memperoleh dukungan

b. Aspek Emosi

Aspek emosi merupakan aspek kepercayaan diri yang berkenaan dengan keyakinan dan kemampuan untuk menguasai segenap sisi emosi. Aspek ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Keyakinan terhadap kemampuan untuk mengetahui perasaan sendiri.
2. Keyakinan terhadap kemampuan untuk mengungkapkan perasaan.
3. Keyakinan terhadap kemampuan untuk menyatakan diri dengan kehidupan.
4. Orang lain dalam pergaulan yang positif dan penuh pengertian.
5. Keyakinan terhadap kemampuan untuk mengetahui manfaat apa yang dapat diberikan kepada orang lain.

c. Aspek Spiritual

Aspek spiritual yaitu aspek kepercayaan diri yang berupa keyakinan kepada takdir dan Tuhan semesta alam serta keyakinan bahwa hidup memiliki tujuan yang positif. Aspek spiritual memiliki ciri-ciri sebagai berikut.

1. Keyakinan bahwa alam semesta adalah suatu materi yang terus berubah dari setiap perubahan yang terjadi merupakan bagian dari suatu perubahan yang lebih besar.
2. Kepercayaan atas adanya kodrat alami, sehingga segala yang terjadi merupakan hal yang wajar
3. Keyakinan pada diri sendiri dan adanya Tuhan yang Maha Esa dan Maha Tahu atas apapun ungkapan rohani manusia kepada-Nya.

e. Kepercayaan Diri Perspektif Islam

Dalam ajaran islam sendiri juga mengenal soal kepercayaan diri. Manusia dianggap sebagai makhluk paling sempurna yang diciptakan oleh Allah SWT

dibandingkan dengan makhluk lainnya. Ini disebabkan oleh keberadaan akal dan pikiran yang membedakan manusia dari makhluk lain yang diciptakan oleh Allah SWT. Allah SWT memerintahkan manusia untuk menggunakan akal dan pikirannya dengan bijaksana sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadist. Oleh karena keistimewaan ini, manusia seharusnya memiliki keyakinan pada kemampuan yang dimilikinya. Keyakinan ini akan membantu manusia menjadi individu yang percaya diri. Kepercayaan diri ini sangat penting agar manusia selalu memiliki kepercayaan pada Allah SWT dalam menghadapi takdir-Nya, sehingga dapat terhindar dari rasa cemas dan gangguan perasaan lainnya. Hal ini ditegaskan dalam surat Ali-Imran ayat 139.

وَلَّهِ نُورٌ أَوَّلَ تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ أَكْثَرُ غَالُونَ إِنَّ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman”.

Ayat di atas memberikan penjelasan perintah untuk berjalan di bumi mempelajari bagaimana kesedihan mereka yang melanggar dan mendustakan ketetapan Allah. Namun demikian, mereka tidak perlu berputus asa. Karena itulah, janganlah kamu melemah, menghadapi musuh mu dan musuh Allah, kuatkan jasmaninya dan janganlah kamu bersedih hati dalam perang uhud, atau peristiwa lain yang serupa, tetapi kuatkan mentalmu. Mengapa kamu lemah atau bersedih, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya di sisi Allah di dunia dan di akhirat, di dunia karena apa yang kamu perjuangkan adalah kebenaran dan di akhirat karena kamu mendapat surga. Mengapa kamu bersedih sedang yang gugur di antara kamu menuju surga dan yang luka mendapat pengampunan ilahi, ini jika kamu orang-orang mukmin, yang mana jika keimanan telah mantap dalam hatimu (Tafsir Al-Misbah, 2002).

2. Perempuan

Menurut Nugroho (2008), perempuan merupakan manusia yang memiliki alat reproduksi, seperti rahim, dan saluran untuk melahirkan, mempunyai sel telur, memiliki vagina, dan mempunyai alat untuk menyusui, yang semuanya secara permanen tidak berubah dan mempunyai ketentuan biologis atau sering dikatakan

sebagai kodrat (ketentuan Tuhan). Dalam Kamus Bahasa Indonesia disebutkan bahwa perempuan berarti jenis kelamin yakni orang atau manusia yang memiliki rahim, mengalami menstruasi, hamil, melahirkan, dan menyusui. Sedangkan menurut Subhan (2004) perempuan berasal dari kata empu yang bermakna dihargai. Sementara itu menurut Judith Butler, perempuan adalah tindakan dan peran yang dimainkan, bukan hanya sesuatu yang dimiliki secara biologis (Butler, 2004).

Dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan, perempuan adalah manusia secara biologis yang memiliki yang memiliki alat reproduksi, seperti rahim, dan saluran untuk melahirkan, mempunyai sel telur, memiliki vagina, dan mempunyai alat untuk menyusui, yang memiliki tindakan dan peran sesuai konstruksi di masyarakat.

3. TikTok

a. Gambaran umum TikTok

Tahun 2016 merupakan awal kemunculan dari salah satu aplikasi paling populer di dunia, hal ini dilihat dari banyaknya jumlah pengguna aplikasi tersebut. Tercatat terdapat 1,05 miliar pengguna di seluruh dunia per Januari 2023. TikTok, itulah nama aplikasi tersebut. Aplikasi video singkat asal China ini pertama kali lahir dengan nama Douyin saat perilisan awal pada September 2016, Zhang Yiming sebagai pendiri aplikasi ini merupakan pembangun perusahaan teknologi ByteDance pada Maret 2012, maka dari itu TikTok menjadi media sosial dibawah naungan perusahaan teknologi raksasa asal China ini. Dalam perilisannya TikTok mendapat respon yang cukup baik, dalam waktu yang relatif singkat TikTok berhasil memikat 100 juta pengguna, dengan 1 miliar jumlah penonton setiap harinya (Kompas.com, 2022).

Hasil tersebut membuat Douyin melebarkan sayapnya ke pasar dunia, 2017 Douyin melakukan akuisisi terhadap aplikasi Musical.ly, yang pada saat itu menduduki peringkat atas sosial media di bidang berbagi video singkat di Amerika Serikat. Dalam upaya penyesuaian agar mudah diingat dan dilafalkan, nama aplikasi tersebutpun diubah menjadi TikTok. Tahun 2018 masyarakat Indonesia mulai mengenal TikTok, keberadaan TikTok semakin meningkat dengan terjadinya pandemi covid-19, hal ini didukung oleh aturan yang mewajibkan masyarakat untuk dirumah saja guna menekan dan mencegah

jumlah kasus covid-19. Negara Indonesia sendiri menempati posisi kedua sebagai pengguna TikTok terbanyak di dunia dengan jumlah pengguna sebesar 109,9 juta (Sari, 2023). TikTok memberikan kebebasan kepada setiap pengguna untuk menciptakan video pendek yang dapat mengekspresikan diri penggunanya. Video yang dibuat dapat menjadi representasi identitas diri pengguna.

4. Teori Praktik Sosial Pierre Felix Bourdieu

a. Konsep Teori Praktik Sosial

Teori praktik merupakan teori yang berpusat pada aktor atau agen, teori ini berpusat pada struktur dalam pembentukan kehidupan sosial. Teori praktik adalah hasil interaksi penghayatan faktor eksternal dan penyesuaian diri dengan faktor internal. Faktor internal mencakup segala hal yang berkaitan dengan individu, sementara faktor eksternal melingkupi struktur objektif di luar individu dalam ranah sosial. Teori ini menggunakan konsep penting yakni habitus, modal, arena, dan praktik. Bourdieu membuat rumus untuk menerangkan teori praktik yaitu, $(\text{Habitus} \times \text{Modal}) + \text{Ranah}$, rumus ini menjelaskan bagaimana disposisi individu (habitus) dan sumber daya yang dimiliki (modal) saling berinteraksi dalam ranah atau arena, sehingga tercipta praktik atau tindakan nyata muncul sebagai hasil dari ketiga konsep tersebut (Bourdieu, 1977).

b. Asumsi Dasar Teori Praktik Bourdieu

Bourdieu memandang realitas sosial sebagai sebuah hubungan dinamis antara individu sebagai agen yang membawa struktur subjektif, dan struktur sosial yang merupakan struktur objektif. Dia memperkenalkan konsep habitus dan arena (*field*) untuk menjelaskan interaksi ini. Habitus mengacu pada kumpulan kebiasaan dan karakteristik yang dimiliki oleh individu, sementara arena adalah tempat di mana habitus bertemu dan menciptakan bentuk modal atau kapital, seperti modal sosial, ekonomi, kultural, atau simbolik. Dalam teori ini, struktur sosial memengaruhi habitus individu secara signifikan, tetapi individu juga berperan dalam membentuk dan mereproduksi struktur tersebut melalui praktik-praktik mereka. Konsekuensinya, interaksi dinamis antara individu dan struktur sosial ini merupakan apa yang disebut Bourdieu sebagai "praktik."

c. Konsep kunci

1. Habitus

Bourdieu (1977) mengartikan habitus sebagai "sistem disposisi yang tahan lama, dapat dipindahkan, struktur yang terstruktur yang cenderung berfungsi sebagai struktur penyusun". Dalam istilah yang lebih sederhana, habitus dapat dianggap sebagai kumpulan kebiasaan, keterampilan, dan disposisi yang tertanam dalam individu melalui pengalaman sosial. Ini berarti habitus terbentuk melalui interaksi sosial dan menjadi bagian dari individu, yang kemudian memengaruhi perilaku, persepsi, dan keyakinan individu itu sendiri (Bordieu, 1977). Dalam penelitian ini, habitus dapat menjelaskan bagaimana kebiasaan bawaan netizen berubah dipengaruhi oleh konten TikTok tentang kepercayaan diri yang ada, dan menciptakan habitus baru bagi para netizen. Konten-konten yang bermuatan soal cara menyetop rasa *insecure*, pelajaran kepedean, inspirasi, pelajaran *personal color*, membentuk sebuah habitus baru netizen sesuai tujuan konten tersebut.

2. Modal

Pierre Felix Bourdieu, menjelaskan modal sebagai sebuah asas dasar yang mempunyai dominasi dalam proses habituasi diri individu dalam lingkungan barunya. modal tidak hanya didefinisikan sebagai kekayaan materi semata, melainkan sebagai hasil akumulasi pekerjaan yang termanifestasi dalam bentuk yang terkonkretkan atau tercermin dalam diri seseorang. Modal juga dapat diartikan sebagai rangkaian sumber daya, baik berupa materi maupun nonmateri, yang dimiliki oleh individu atau kelompok tertentu dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan. Dalam modal ini dibagi lagi menjadi empat jenis, modal sosial, modal simbolik, modal ekonomi, dan modal budaya (Bourdieu, 1986)

1. Modal Ekonomi

Modal ekonomi merupakan hal yang berkaitan dengan apa yang dimiliki seseorang. Modal ekonomi dapat berupa, kekayaan uang, ataupun material lain yang dimiliki, yang mana modal ini digunakan untuk tujuan dan diwariskan pada gereneasi berikutnya. Sementara itu untuk para netizen juga

memiliki modal ekonomi berupa paket internet untuk menonton konten di TikTok serta saling berbagi keluhan dan ungkapan terhadap dampak yang netizen rasakan melalui kolom komentar video yang nantinya ditanggapi melalui balasan video ataupun langsung di dalam kolom komentar.

2. Modal Budaya

Modal budaya ini adalah kemampuan atau mutu diri berupa keterampilan, pendidikan, tingkat pengetahuan, tingkat keilmuan dalam akademik yang didapat dari pendidikan formal dan informal. Modal budaya memberikan pengaruh besar pada mutu diri dan kedudukan individu dalam kehidupan sosial.

3. Modal Sosial

Modal sosial adalah hal yang berkaitan dengan seluruh jejaring sosial, norma, dan kepercayaan di masyarakat. Modal sosial ada pada proses kemampuan masyarakat dalam sebuah kebudayaan dan komunitas yang bertujuan untuk bekerjasama membangun sebuah jaringan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati sebelumnya.

4. Modal Simbolik

Modal simbolik adalah modal yang dapat dilihat secara langsung dan dirasakan keadaannya, Modal simbolik dapat berupa tempat, hobi, barang ataupun material yang ada pada agen maupun struktur tersebut. Modal simbolik harus dimiliki untuk menjadi ciri khas struktur. Peneliti juga akan menyoroti kekuatan simbolik dalam memengaruhi perilaku dan pandangan dunia seseorang. Netizen memiliki modal simbolik berupa motivasi untuk lebih percaya diri.

3. Arena/ Ranah (*Field*)

Arena diterjemahkan Bordieu sebagai sebuah tempat atau jejaring sosial yang berhubungan dengan relasi. Arena ini merupakan tempat bertarung dari apa yang diperoleh sebelumnya berupa habitus yang dipunyai. Arena adalah tempat yang penting untuk mendapatkan modal, jadi dapat diartikan arena sebagai sebuah tempat atau ruang yang saling bersaing untuk memperoleh kekuasaan sosial, semakin besar ranah yang dicapai maka semakin besar juga akses yang

diperoleh. Dalam penelitian ini TikTok menjadi arena yang mempengaruhi habitus penonton video, yang disediakan Julia.

BAB III

GAMBARAN UMUM AKUN TIKTOK @JULIARIMBAA

A. Demografi Pengguna TikTok

Dalam data statistik tahun 2024 tercatat ada sebesar 2,05 miliar pengguna TikTok dunia, dengan jumlah 1,56 miliar pengguna aktif bulanan secara global. Persentase pengguna TikTok dunia, 52% adalah laki-laki dan 48% pengguna TikTok adalah perempuan pada tahun 2024. Mayoritas usia dari pengguna TikTok adalah 18-34 tahun, yaitu 63% persen dari keseluruhan pengguna global.

Tabel 1 Pengguna TikTok Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2024

No.	Rentang Usia	Presentase
1	18-24	36,7%
2	25-34	32,6%
3	35-44	16,1%
4	45-54	8,3%
5	55+	6,3%

Sumber: *demandsage (Juni, 2024)*

Kelompok usia 18 hingga 24 tahun menyumbangkan persentase jumlah pengguna TikTok terbesar, sebanyak 36,7% pada tahun 2024. Sementara itu, kelompok usia 25 hingga 34 menempati posisi ke-2, dengan jumlah presentase pengguna sebesar 32,6%. Posisi ke-3 diduduki oleh kelompok usia 35 hingga 44 tahun dengan jumlah persentase 16,1% . Posisi ke-4 ditempati oleh kelompok usia 45-54 tahun, dan yang terakhir adalah kelompok usia yang lebih dari 55 tahun dengan presentase 6,3 % dari total jumlah pengguna.

Jumlah data pengguna TikTok dunia dalam pembagian jenis kelamin memiliki angka pengguna laki-laki lebih besar dibandingkan pengguna perempuan. Persentase tersebut bernilai sebesar 48% untuk pengguna perempuan dan 52% untuk pengguna laki-laki.

Tabel 2. Pengguna TikTok berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2024

No.	Jenis Kelamin	Persentase
1	Laki-Laki	52%
2	Perempuan	48%

Sumber: *demandsage (Juni 2024)*

Dalam data yang dihimpun dari situs data books, Indonesia merupakan negara yang menempati urutan kedua sebagai pengguna TikTok di dunia. Indonesia memiliki besaran pengguna TikTok 126,83 juta pada tahun 2024. Sedangkan usia pengguna TikTok di Indonesia adalah rata-rata 18-24 tahun dengan jumlah persentase 40%. Untuk usia 25-34 tahun, memiliki persentase sebesar 37%. Hal ini menunjukkan ada sebanyak 76% masyarakat Indonesia yang berusia 18-34 tahun mengakses TikTok (Ginnie, 2021). Sementara itu terdapat perbandingan pengguna berdasarkan jenis kelamin. Perbandingan jenis kelamin antara pengguna laki-laki dan perempuan adalah sebesar 68:32, data ini menunjukkan pengguna berjenis kelamin perempuan merupakan pengguna TikTok terbanyak di Indonesia.

B. Fitur-Fitur TikTok

Fitur dalam KBBI diterjemahkan sebagai fungsi, kemampuan atau desain khusus yang ada pada perangkat keras dan perangkat lunak. Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang didukung oleh banyak fitur yang tersedia pada aplikasi tersebut. Berikut ini adalah fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi TikTok.

1. Pengikut (*Followers*)

Suatu fitur di TikTok yang mempunyai sistem sosial, dimana pengguna dapat menjadi pengikut dari pengguna lain dan memiliki pengikut dari pengguna TikTok lainnya. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan sesama pengguna TikTok, melihat konten yang dibuat oleh mereka, dan mengetahui waktu unggahan konten tersebut.

2. Pesan Langsung (*Direct Messages*)

Direct Messages, atau yang biasa disebut DM, adalah sebuah fitur di TikTok yang memungkinkan pengguna untuk bertukar pesan secara pribadi dengan satu sama lain dalam ruang obrolan eksklusif antara dua individu.

3. Unggah (*Upload*)

Unggah adalah fitur yang umum dijumpai di TikTok. Sebelum konten dapat dibagikan dan ditemui oleh pengguna TikTok lainnya, konten tersebut harus diunggah terlebih dahulu. Durasi konten yang dapat diunggah biasanya berkisar antara 15 hingga 3 menit.

4. Komentar (*Reply*)

Setelah konten diunggah dan tersedia untuk ditemui di TikTok, pengguna dapat melihat tanggapan terhadap konten mereka melalui fitur Komentar. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memberikan respon atau pesan terhadap konten yang telah dibuat atau topik lainnya.

5. Musik (*Music*)

Musik adalah salah satu fitur pendukung utama di TikTok yang memberikan warna pada konten video. Pengguna dapat menggunakan berbagai macam musik terkenal atau merekam suara mereka sendiri untuk menyertakan musik dalam video mereka.

6. Filter Video (*Video Filters*)

Fitur ini memungkinkan pengguna TikTok untuk menambahkan filter pada video mereka, meningkatkan estetika konten dengan memasukkan berbagai efek visual dan pengaturan warna seperti *landscape* dan *portrait*.

7. Filter Stiker dan Efek pada Video (*Stickers and Effects Filters*)

Dengan menggunakan filter stiker, pengguna TikTok dapat menambahkan stiker lucu dan unik pada wajah mereka saat membuat video langsung dari TikTok. Selain itu, fitur ini juga menyediakan berbagai efek pada video seperti transisi dan efek visual lainnya.

8. Filter Pengubah Suara (*Voice Changer Filter*)

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengubah suara dalam video mereka sebelum diunggah, memberikan kemungkinan untuk mengubah suara menjadi lebih berat atau melengking.

9. Subtitle Otomatis (*Auto Captions*)

Auto Captions adalah fitur filter TikTok yang membuat subtitle secara otomatis tanpa perlu diedit terlebih dahulu, membantu konten menjadi lebih jelas dalam menyampaikan informasi.

10. Filter Pengatur Komentar dan Blokir (*Comment Moderation and Block*)

Fitur ini memungkinkan pengguna TikTok untuk menghapus atau memblokir komentar yang mengandung kata-kata kasar atau negatif, memberikan kontrol kepada pengguna terhadap interaksi di konten mereka.

11. Siaran Langsung TikTok (*Live Streaming*)

Fitur ini memungkinkan pengguna TikTok untuk melakukan siaran langsung kepada pengikut mereka, memungkinkan mereka untuk berbagi hobi atau aktivitas secara *real-time* dan berinteraksi dengan penonton secara langsung.

12. Fitur *Hashtag*

Fitur ini membantu pengguna untuk menata video mereka agar lebih mudah dicari oleh pengguna lain dengan menggunakan *hashtag* yang relevan.

13. Fitur TikTok *Shop*

TikTok telah menambahkan fitur untuk memudahkan pengguna dalam berbisnis, disebut TikTok *Shop*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli produk serta melakukan promosi produk melalui siaran langsung.

Fitur-fitur ini dapat digunakan seorang konten kreator untuk mendukung performa dari pembuatan konten video pada TikTok. Akun @juliarimbaa sendiri dalam penelitian ini terlihat menggunakan beberapa fitur, fitur yang paling sering digunakan adalah fitur unggah, fitur yang paling penting dalam proses pemunculan sebuah konten agar dapat dinikmati oleh para penonton, fitur komen (*reply*), fitur

ini digunakan Julia untuk merespons pendapat dan saran dari para penonton, baik itu dalam bentuk video TikTok atau komentar langsung yang dituliskan pada kolom komentar. Fitur siaran langsung TikTok juga digunakan oleh Julia namun tidak sesering fitur unggah dan *reply*.

C. Profil Akun TikTok @juliarimbaa

1. Sejarah Akun TikTok @juliarimbaa.

Akun TikTok @juliarimbaa merupakan sebuah akun yang membagikan video tentang kiat-kiat membentuk kepercayaan diri. Julia Rimba memiliki nama asli Julia Martinez, Julia lahir pada tanggal 9 Mei 198, di Deli Timor Timur. Konten tentang kepercayaan diri yang dihasilkan akun TikTok @juliarimbaa memiliki keunikan tersendiri, hal ini bisa terjadi dikarenakan Julia Rimba sebagai konten kreator yang dinilai masyarakat Indonesia kebanyakan, tidak memenuhi standar kecantikan masyarakat Indonesia. Julia Rimba sendiri memiliki ciri fisik seperti kulit hitam, rambut keriting, hidung besar, dan juga memiliki masalah kulit wajah seperti berjerawat. Ciri fisik yang dimiliki Julia tidak sesuai dengan standar kecantikan orang Indonesia pada umumnya, yang mana harus berkulit putih cerah, memiliki bibir tipis, wajah mulus tanpa noda, dan badan langsing. Hal ini tentu bertentangan dengan pribadi Julia sendiri, namun keadaan yang ada padanya tidak menghalangi untuk berbagi tips dan pengalaman kepada para netizen, khususnya perempuan untuk membentuk kepercayaan pada diri.

Julia Rimba merupakan seorang kreator konten di TikTok dengan keunikan yang dimiliki oleh video yang ia hasilkan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Julia melalui telepon suara WhatsApp, Julia menerangkan akun TikTok @juliarimbaa awal mulanya dibentuk pada tahun 2021, akun ini dibuat tidak ditujukan untuk menghasilkan konten tentang kepercayaan diri pada perempuan, melainkan untuk sekedar membagikan aktivitas sehari-hari, mulai dari aktivitas memasak, bernyanyi, jalan-jalan dll. Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama Julia, ia mengatakan alasan pembuatan konten tersebut. Saat itu banyak dari penonton dari Julia yang mengeluhkan tentang perasaan *insecure* yang ada pada dirinya di dalam kolom komentar video TikTok miliknya .

Dengan adanya keluhan tentang perasaan *insecure* yang disampaikan penonton Julia pada konten videonya, tingginya permasalahan *insecure* ini bukan hanya terjadi dalam lingkup konten Julia saja, akan tetapi hal ini sudah menjadi permasalahan pengguna media sosial. *Insecure* adalah sebuah bukti fenomena ketidakpercayaan diri, kalimat *insecure* menjadi trend kaum milenial, yang mana *insecure* sendiri menjadi kalimat yang digunakan saat seseorang merasa tidak percaya diri dengan kondisi yang dialaminya (GalamediaNews.com, 2021). Dalam temuan ZAP Beauty Index (ZBI) 2023 memaparkan 50,1% permasalahan kulit adalah penyebab rasa *insecure* perempuan Indonesia. Rasa *insecure* yang berlebihan dapat menyebabkan gangguan mental, yang bisa memberikan pengaruh pada fisik dan kejiwaan.

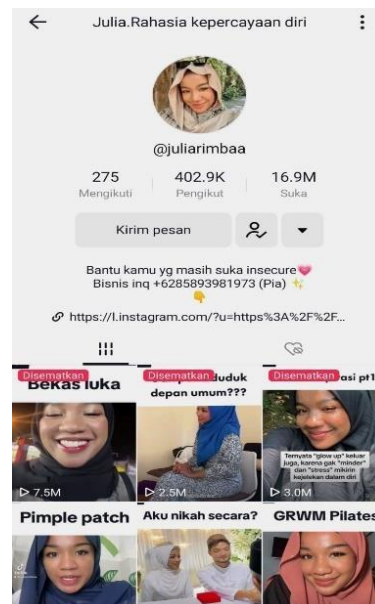
Banyaknya permasalahan *insecure* yang dialami para netizen di akun TikTok @juliarimbaa menggerakkan Julia untuk membuat video yang membahas tentang persoalan rasa *insecure* yang dialami penonton kontennya, dari situlah konten-konten yang berhubungan dengan permasalahan rasa *insecure* dan bagaimana melawan perasaan itu terus dihasilkan, yang mana hal itu ternyata memberikan perhatian lebih oleh para penonton untuk terus meminta tips kepada Julia sehingga akun TikTok Julia terus berkembang dan menjadi tempat untuk mengobati rasa *insecure* para penonton. Dengan antusias yang sangat ramai, maka dari itu akun ini memfokuskan untuk memproduksi konten-konten kepercayaan diri, akun ini tidak hadir dengan tujuan utama untuk tujuan komersialisasi, akan tetapi pada akun ini tidak menutup kemungkinan untuk melakukan kerjasama bisnis dengan para pelaku bisnis.

2. Akun TikTok @juliarimbaa

Akun TikTok @juliarimbaa sejak pertama kali meluncurkan videonya pada tahun 2021 hingga tahun 2024 telah memiliki pengikut sebesar 402.900 ribu, para pengikut Julia didominasi oleh para pengikut berjenis kelamin perempuan. Akun Tiktok @juliarimbaa telah menghasilkan konten sebanyak 1087 video pada akun Tiktoknya, dari keseluruhan video yang telah dihasilkan sukses meraih jumlah suka sebesar 17,2 juta. Di antara banyaknya video yang diunggah, terdapat tiga video dengan capaian jumlah penonton yang cukup besar, video tersebut memiliki masing-masing jumlah penonton 8 juta penonton, 2,5 Juta penonton dan 3 juta penonton. Pada akun tersebut juga

disematkan tautan akun Instagram Julia, yang bertujuan untuk memberikan *update* mengenai konten yang akan datang dan juga berbagi informasi lainnya, seperti pemenang giveaway, informasi saluran komunitas antiinsucureclub di telegram, link shopee, serta promosi buku-buku yang berhubungan dengan kepercayaan diri. TikTok @juliarimbbaa berisikan konten-konten yang menarik, konten sendiri dalam KBBI memiliki arti informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Akun TikTok tersebut memuat konten yang berhubungan dengan upaya meningkatkan kepercayaan diri, namun akun TikTok @juliarimbbaa juga menghasilkan diluar konten kepercayaan diri.

Gambar 4: Profil akun TikTok @juliarimbbaa



Sumber : Akun TikTok @juliarimba

konten yang dihasilkan oleh akun tersebut mayoritas berbentuk video unggahan. Konten TikTok mengenai kepercayaan diri yang memiliki akun@juliarimbbaa di dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis konten,

3. Jenis-Jenis Konten

a. Konten *personal color*

Personal color adalah sebuah konsep yang dipakai untuk menganalisa warna individu untuk menentukan jenis warna yang paling sesuai dengan kulit, rambut dan seseorang (pojoksatu.id, 2024). *Konten personal color* Julia berisikan tentang pembelajaran mengenai pemilihan warna yang tepat untuk seorang individu. *Konten personal color*, bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang penggunaan warna yang tepat untuk seorang individu, baik itu penggunaan pakaian, jilbab, aksesoris, serta mekap, akan begitu berpengaruh terhadap penampilan. *Konten personal color* ini juga menegaskan bahwa warna kulit bukan menjadi penghalang untuk seorang individu membatasi pilihan warna yang dapat dipakai individu, melainkan memilih warna mana yang sesuai dengan tipe dasar warna kulit individu.

Gambar 4: *Konten personal color*



Sumber: TikTok @Pedepersonalcolor

b. *Konten stop insecure*

Insecure adalah perasaan tidak aman, tidak nyaman dan merasa gelisah (Halodoc, 2024). *Konten stop insecure* oleh Julia adalah jenis konten yang berisikan ajakan untuk para individu keluar dari pemikiran dan perasaan rendah diri yang disebabkan oleh kekurangan yang dimiliki individu tersebut. Konten ini berisikan motivasi-motivasi dan cara-cara yang dapat dilakukan untuk menaklukkan rasa tidak percaya diri, konten

ini menekankan penjelasan tentang betapa berharganya diri seorang individu.

Gambar 5: Konten *stop insecure* (masalah percintaan)



Sumber : Akun YouTube Julia

c. Konten Inspirasi

Inspirasi dalam KBBI diartikan sebagai ilham, ilham sendiri memiliki makna pikiran yang timbul dari hati, sesuatu yang timbul dan menggerakkan untuk mencipta. Konten inspirasi oleh Julia adalah sebuah konten pada akun Tiktok @juliarimba, dimana konten ini berisikan tentang arahan-arahan dan saran yang diberikan julia pada individu malalui videonya, konten ini berfokus pada cara meningkatkan *value* seorang individu. Peningkatan *value* dalam konten ini di kelas dalam tips-tips belajar bahasa, tips menabung, tips membangun sebuah usaha dll. Konten inspirasi ini dibuat berdasarkan pengalaman dan juga hal yang telah dipelajari oleh Julia sendiri.

Gambar 6 : Konten inspirasi (tutorial membangun usaha dari nol)



Komentar

2



@wansabihahaujibintiwansana5055 • 1 bin lalu

Saya dari Malaysia. Setiap hari saya tengok youtube akak sambil2 saya buat kerja. Terima kasih sebab bantu memotiv... Baca selengkapnya

Terjemahkan ke bahasa Indonesia



@tha.manangin • 1 bin lalu

Kak terima kasih karna terus mau mendedukasi para perempuan-perempuan. Aku termasuk

Sumber : Akun Youtube Julia

d. Konten Pelajaran Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri adalah suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya (Hakim, 2002) Konten pelajaran Kepercayaan Diri ini adalah sebuah konten yang menjelaskan bagaimana cara bertingkah laku di depan umum atau saat berada di sekitar orang banyak, dalam konten ini terdapat hal-hal dan cara yang harus diperhatikan agar lebih percaya diri di tempat umum. Ada beberapa contoh Konten tentang kepercayaan diri ini, seperti cara saat kita sedang mengunjungi restoran, cara agar terlihat menarik saat duduk di publik, gestur saat akan berbelanja agar lebih meyakinkan dan ditanggapi baik oleh penjual.

Gambar 7: Konten pelajaran kepedean (duduk yang menarik di publik)



Sumber : Akun TikTok @juliarimbaa

Empat jenis konten di atas adalah konten yang dianggap peneliti paling berkaitan dengan upaya meningkatkan kepercayaan diri perempuan. Namun akun TikTok @juliarimbaa juga menghasilkan konten yang tidak berhubungan dengan upaya meningkatkan kepercayaan diri. Seperti contohnya jenis konten endorse gratis, konten *endorse* gratis ini ditujukan untuk membantu para UMKM untuk melakukan promosi secara cuma-cuma melalui akun TikToknya, kemudian jenis konten POV, sebuah konten yang menggambarkan sebuah keadaan yang sedang dialami, biasanya konten POV ini tidak terikat pada satu tema saja. Konten tentang *traveling* Julia pun tidak absen dalam akun TikToknya, biasanya konten ini berisi cerita pengalaman Julia saat sedang liburan ke suatu tempat, selain Julia juga membuat konten-konten *giveaway*, hadiah *giveaway* ini biasanya barang-barang *endorse* gratis yang dipromosikan oleh Julia atau barang pribadi yang dimiliki Julia yang selanjutnya diberikan kepada para netizen yang telah memenuhi persyaratan yang sudah ditentukan dan ada beberapa konten jenis konten yang tidak memiliki tema khusus.

4. Profil Informan

1. Informan A

Informan 1 merupakan admin TikTok @juliarimbaa, admin berperan sebagai tempat komunikasi awal untuk menggali keterangan perihal akun TikTok @juliarimbaa, admin juga berperan sebagai penyambung dan tempat

konfirmasi untuk terhubung langsung dengan kreator konten, yaitu Julia Rimba.

2. Informan B

Informan B merupakan Julia Rimba, pemilik akun tersebut. Julia menjadi sumber informasi utama mengenai pembuatan, strategi, capaian, dan hal-hal yang lebih spesifik dari akun TikTok tersebut.

3. Informan C

Informan C merupakan seorang perempuan berusia 16 tahun, berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti melalui akun Instagram, informan C merupakan seorang yang mengalami masalah kepercayaan diri, terhitung sejak SD-SMP, informan C telah mendapat pembelian secara verbal oleh temanteman di sekolah. Bulian berupa hinaan terhadap fisik yang dimiliki informan membuat rasa percaya diri menjadi berkurang. Hinaan tentang warna kulit yang hitam, badan yang kurus dan masalah jerawat dihadapi informan selama masa pendidikan SD-SMP. Informan C mulai mengikuti akun TikTok @juliarimbaa sejak tahun 2022. Dalam media sosial Instagram informan memakai foto profil perempuan sedang menghadap ke pantai. Informan C memutuskan untuk mengikuti akun TikTok @juliarimbaa dikarenakan membutuhkan dukungan dari orang lain.

4. Informan D

Informan D merupakan seorang perempuan berusia 23 tahun. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti melalui akun Instagram. Informan D adalah seorang yang mengalami masalah kepercayaan diri, masalah kepercayaan diri ini disebabkan oleh berat badan yang dimiliki informan berlebih dan tidak ideal. Dalam wawancara informan memberikan keterangan mengikuti akun TikTok @juliarimbaa sudah sejak Januari 2024. Dalam media sosial Instagram informan D terlihat menggunakan foto profil wajah informan, menggunakan jilbab berwarna krim dan menggunakan riasan wajah yang cukup *bold*. Keputusan untuk mengikuti akun TikTok @juliarimbaa ini didasari oleh konten-konten tips kepercayaan diri yang beragam pada akun Julia, serta

memberikan tips make-up yang sesuai untuk seseorang yang memiliki kulit yang gelap.

5. Informan E

Informan merupakan seorang perempuan berumur 24 tahun, Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti melalui akun Instagram. Informan E adalah seorang yang mengalami masalah kepercayaan diri, masalah kepercayaan diri ini disebabkan oleh perubahan warna kulit dikarenakan masa pubertas, yang mana informan E pada mulanya memiliki warna kulit yang putih, namun setelah mengalami masa pubertas kulit informan pun berubah menjadi coklat. Dalam wawancara informan memberikan keterangan mengikuti akun TikTok @juliarimbaa sudah sejak tahun yang lalu. Dalam media sosial WhatsApp informan E terlihat menggunakan foto profil wajah informan, menggunakan jilbab berwarna coklat bergaris putih dan menggunakan riasan wajah yang tipis. Keputusan untuk mengikuti akun TikTok @juliarimbaa ini didasari oleh konten-konten yang ada membicarakan soal mengupgrade diri, setiap manusia memiliki *value* yang berbeda-beda, membahas kepercayaan diri, serta ajakan untuk menerima diri sendiri.

6. Informan F

Informan F merupakan seorang perempuan berusia 22 tahun. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti melalui akun WhatsApp. Informan F adalah seorang yang mengalami masalah kepercayaan diri, masalah kepercayaan diri ini disebabkan oleh bentuk rambut yang dimiliki informan sedikit mengembangkan ,keriting dan kering. Sejak masa SMP-SMK, informan sering mendapatkan ejekan mengenai rambutnya yang mengembang dan memiliki kulit yang gelap. Informan sering dikatai sebagai birong. Dalam wawancara informan memberikan keterangan mengikuti akun TikTok @juliarimbaa sudah sejak tahun 2022 lalu. Dalam media sosial WhatsApp informan F terlihat menggunakan foto profil wajah kartun. Keputusan untuk mengikuti akun TikTok @juliarimbaa ini didasari oleh konten-konten yang ada sangat inspiratif dan banyak memberikan motivasi kepada para perempuan dan kebetulan juga pemilik akun tersebut memiliki rambut yang tidak lurus lurus seperti informan, sehingga merasa sesuai dengan informan tersebut.

BAB IV

BENTUK-BENTUK DAN ALASAN PENYAJIAN KONTEN KEPERCAYAAN DIRI PADA AKUN TIKTOK @JULIARIMBAA

A. *Personal color*

Personal color adalah sebuah konsep yang dipakai untuk menganalisa warna individu untuk menentukan jenis warna yang paling sesuai dengan kulit, rambut dan mata seseorang (pojoksatu.id, 2024). Konten *personal color* Julia berisikan tentang pembelajaran mengenai pemilihan-pemilihan warna yang tepat untuk seorang individu. Konten *personal color*, bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang penggunaan warna yang tepat untuk seorang individu, baik itu penggunaan pakaian, jilbab, aksesoris, serta mekap, yang mana akan begitu berpengaruh terhadap penampilan. Konten *personal color* ini juga menegaskan bahwa warna kulit bukan menjadi penghalang untuk seorang individu membatasi pilihan warna yang dapat dipakai individu, melainkan memilih warna mana yang sesuai dengan tipe dasar warna kulit individu. Konten *personal color* dibuat dengan alasan ingin memahamkan para netizen bahwa, kulit hitam bukanlah permasalahan yang membuat seseorang terbatas dalam memilih warna pakain atau mekap, akan tetapi harus bisa menyesuaikan dengan warna *undertone* yang dimiliki.

Konten *personal color* dimunculkan melalui fitur unggah pada TikTok, yang mana fitur ini, merupakan fitur terpenting dalam proses terbitnya sebuah video. *Personal color* dalam akun TikTok Julia didasarkan pada modal yang dimiliki Julia, modal budaya dan modal ekonomi merupakan modal yang digunakan dalam konten *personal color* ini. Modal dalam teori praktik sosial milik Pierre Felix Bourdieu merupakan asas terpenting dalam pembentukan habituasi individu, dalam konteks konten *personal color*, Julia memiliki modal budaya dan modal ekonomi sebagai bekal untuk menciptakan konten tersebut. Modal budaya dapat berupa kemampuan atau mutu diri berupa keterampilan, pendidikan, tingkat pengetahuan, tingkat akademik yang diperoleh dari pendidikan formal dan informal. Modal budaya memberikan pengaruh besar pada mutu diri dan kedudukan individu dalam kehidupan sosial, sedangkan modal ekonomi lebih mengarah pada hal finansial dan materi (Bourdieu, 1993)

Adapun arti lain mengenai modal budaya, modal budaya adalah seluruh kapabilitas atau kemampuan intelektual yang dapat diproduksi melalui pendidikan formal atau yang diwariskan keluarga. Modal budaya menyiratkan sebuah proses pembelajaran yang

dijalankan seseorang, sehingga modal ini tidak bisa didapatkan dengan cara diberikan begitu saja. Sedangkan modal ekonomi, merupakan modal yang melingkupi alat-alat produksi seperti mesin, tanah, buruh, pendapatan, uang. Modal ekonomi merupakan modal yang bisa ditukar atau dipatenkan menjadi milik pribadi, modal ekonomi bersifat fleksibel karena dapat digunakan secara langsung dan dapat diberikan pada orang lain (Haryatmoko, 2003)

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti melalui panggilan WhatsApp bersama Julia, Julia memberikan keterangan tentang pemahaman *personal color* yang telah Julia dapatkan. Jurnal, artikel, serta mengikuti serangkaian tes yang dijalankan pada tempat *consulting color* merupakan sumber utama dari pengetahuan dan pemahaman mengenai *personal color* yang Julia sampaikan pada konten-kontennya di akun TikTok @juliarimbaa penggunaan modal budaya berupa pengetahuan yang didapatkan melalui proses membaca jurnal, artikel, dan mengikuti *consulting color*. Adapun peranan modal ekonomi pada konten ini terlihat dari biaya yang Julia gunakan untuk mengikuti *consulting color*. Hal tersebut Julia tuturkan dalam penjelasan sebagai berikut:

“Biasanya ketika akan membuat konten aku terbiasa untuk membaca beberapa artikel dan Jurnal yang berhubungan dengan konten yang akan aku buat. Nah untuk konten *personal color* aku mendapat informasi melalui Jurnal, artikel, dan kebetulan aku juga mengikuti tes dan pelatihan *personal color* sendiri, aku juga sudah tersertifikasi dari tempat aku melakukan konsultasi warna “. (Wawancara Julia, 15 Maret 2024)

Gambar 5: Konten personal color, pengecekan warna klien



Sumber : TikTok @juliarimbaa

Gambar di atas merupakan salah satu dari konten *personal color*, dalam video tersebut terlihat Julia sedang memeriksa personal color milik kliennya. Dalam video tersebut Julia tampak menggunakan kain berwarna untuk mengetes jenis-jenis warna yang sesuai untuk digunakan kliennya. Dalam sesi tes kesesuaian warna, Julia melakukan penentuan *undertone*, *undertone* merupakan warna yang muncul dibawah permukaan kulit dan mempengaruhi bagaimana cara warna kulit terlihat (halodoc, 2023). Dalam video tersebut memaparkan kepemilikan *undertone* yang dimiliki klien adalah warna *cool undertone*. Dasar kulit *cool undertone* dapat menggunakan pakaian dengan dasar warna *cool tone*, baik untuk warna pastel dan warna netral. Hasil dari kesesuaian palet warna menghasilkan paket *light summer* sesuai dengan personal color, klien tersebut.

Selain video di atas yang berisi tentang pengecekan kepemilikan personal color seseorang, terdapat jenis video *personal color* lainnya yang memberikan keterangan tentang warna dasar kulit yang harus diperhatikan untuk menyesuaikan pemilihan warna yang pas untuk pakain yang dikenakan. Berikut ini adalah video dengan tentang *personal color* lainnya yang ada pada akun TikTok @juliarimbaa.

Gambar 6: Konten personal color, menanggapi perdebatan warna kulit



Sumber: TikTok @juliarimbaa

Gambar di atas merupakan jenis video personal color, video tersebut merupakan video tanggapan terhadap salah satu komentar pada video TikTok @juliarimbaa. Video tersebut bermaksud untuk merespon komentar netizen, komentar itu berisikan kalimat, “ ya gimana ya kalo kulit putih kayak aku emang cocok semua warnanya, emang kamu?? Harus pilih warna dulu (emot mengejek)”. Komentar netizen yang berisikan nada ejekan itu

ditanggapi Julia dengan santai melalui video, video tersebut berisikan penjelasan mengenai pemilihan warna yang harus disesuaikan kebutuhan, Julia mempraktikkan dengan menggunakan jilbab yang dimilikinya, tampak pada video tersebut terdapat perbedaan saat memakai jilbab yang sama-sama berwarna hijau. Julia menjelaskan warna hijau olive adalah warna yang cocok dengan *undertone*, hal ini menyebabkan wajah Julia lebih bersinar, sedangkan warna dusty green tidak cocok dengan warna kulit dasarnya, sehingga membuat wajahnya terlihat lebih kusam menggunakan warna *dusty green*. Julia menegaskan pemilihan warna ini bukan berfokus pada warna kulit melainkan *undertone* yang dimiliki setiap individu.

Konten *personal color* menekankan pentingnya peran modal yang diusung oleh Pierre Bordieu, peranan modal yang dimiliki oleh Julia itu sendiri dapat dilihat dari penjelasan video di atas tentang perdebatan warna kulit. Terlihat jelas bagaimana Julia memanfaatkan modal ekonominya. Modal ekonomi adalah modal yang memiliki sifat independen dan juga fleksibel, hal ini disebabkan modal ekonomi dapat digunakan secara mudah serta dapat diberikan atau dipindahkan kepemilikannya kepada orang lain (Bourdieu, 1977). Modal ekonomi merujuk pada sumber daya finansial dan materi yang memungkinkan seseorang untuk mengakses atau menciptakan peluang (Kartono, 2014). Dalam konteks video tersebut, modal ekonomi yang ada pada Julia memungkinkan untuk dirinya memiliki berbagai jilbab dan aksesoris yang dapat digunakan dalam eksperimen warna di video. Kemampuan untuk membeli berbagai produk dan menggunakan alat yang diperlukan menunjukkan adanya sumber daya finansial yang mendukung produksi konten.

Konten-konten mengenai *personal color*, menjadi sebuah jawaban terhadap kebingungan yang dialami netizen, berdasarkan wawancara dengan informan, menghasilkan tanggapan konten *personal color* menjadi pengetahuan untuk informan tersebut. Seperti yang disampaikan oleh informan D, berikut ini adalah pernyataan dari informan D:

“ Aku tu kan kulitnya emang sedikit gelap, kadang emang ngerasa bingung kalau mau make baju apa. Takut kalau nanti kelihatannya malah kayak belum mandi, jadi aku selama ini nyari baju yang warnanya aman aja, kayak warna hitam, biru dongker, yang kayak gitulah. Pernah video TikToknya Juliarimba itu lewat, lagi ngebahas *personal color*, setelah nonton video itu aku ngerasa selama ini aku emang salah kayaknya milih warna baju yang berwarna”. (Wawancara informan D, 28 Juli 2024)

Bourdieu dalam (Jenkins, 1992) menjelaskan bahwa habitus merupakan sistem disposisi yang terbentuk melalui pengalaman sosial dan budaya individu. Ini mencakup pola pikir, kebiasaan, dan preferensi yang secara tidak sadar membimbing tindakan kita dalam berbagai konteks. Pernyataan di atas, yang diberikan informan menggambarkan

bagaimana, habitus terkait pilihan warna baju informan dipengaruhi oleh pengalaman sosial dan persepsi pribadi mengenai warna yang dianggap aman dan sesuai. Ketika informan memilih warna hitam atau biru dongker, hal ini merupakan hasil dari kebiasaan dan norma yang telah tertanam dalam habitus informan, seperti keinginan untuk menghindari penilaian negatif atau citra yang tidak diinginkan. Habitus tersebut pun berkembang berdasarkan pengalaman masa lalu, interaksi sosial, dan informasi yang diterima dari lingkungan sekitar.

Dengan menonton video TikTok tentang *personal color*, informan mulai menyadari bahwa habitusnya mungkin terlalu terpengaruh oleh pandangan yang sempit mengenai warna, sehingga ada dorongan untuk menilai ulang dan mengubah kebiasaan dalam memilih warna baju, dorongan yang muncul akibat menonton video TikTok memunculkan habitus baru bagi informan, sehingga menyebabkan informan telah berani mengubah kebiasaannya dalam memilih warna baju untuk digunakan. Habitus umumnya dipengaruhi oleh faktor aktor agama atau kepercayaan, budaya, lingkungan, keluarga, teman sebaya dan lain sebagainya (Kobandaha, 2017). Pada pernyataan informan dapat dilihat peranan lingkungan dalam hal ini adalah TikTok yang menjadi faktor yang mempengaruhi munculnya habitus baru dari informan tersebut.

B. *Stop Insecure*

Insecure menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perasaan tidak aman, tidak nyaman dan merasa gelisah. Konten *stop insecure* oleh Julia adalah jenis konten yang berisikan ajakan untuk para individu keluar dari pemikiran dan perasaan rendah diri yang disebabkan oleh kekurangan yang dimiliki individu tersebut. Konten ini berisikan motivasi-motivasi dan cara-cara yang dapat dilakukan untuk menaklukkan rasa tidak percaya diri, konten ini menekankan penjelasan tentang betapa berharganya diri seorang individu. Konten *stop insecure*. Video yang diunggah Julia memiliki pola pendekatan yang berbasis pada pemberdayaan dan peneguhan diri. Terlihat pada narasi konten yang disampaikan, secara sistematis memberikan bimbingan pada netizen dengan berbagai langkah yang dirancang untuk menghilangkan perasaan *insecure*. Hal paling utama dalam konten *stop insecure* ini adalah ajakan untuk merubah pola pikir negatif pada diri sendiri dan mengubah menjadi afirmasi positif kepada diri sendiri. Julia dengan semangat mengajak penonton untuk mengevaluasi kembali cara berpikir dan melihat diri individu, serta mulai mengidentifikasi kualitas yang dimiliki individu, yang menurut Julia sering terabaikan individu itu sendiri.

Seluruh video *stop insecure* yang ada pada akun TikTok @juliarimbbaa, selalu menekankan pentingnya diri setiap individu, tanpa memandang kekurangan atau tantangan yang mereka hadapi. Inti dari konten ini adalah bahwa setiap orang memiliki nilai dan potensi unik yang layak dihargai dan dikembangkan. Julia menggunakan kekuatan media sosial untuk menyebarkan pesan ini kepada netizen yang luas, dengan tujuan tidak hanya meningkatkan kepercayaan diri individu tetapi juga membangun komunitas yang saling mendukung. Konten *stop insecure* dibuat oleh Julia dengan alasan banyaknya netizen yang sering memberikan berkomentar yang menggambarkan perasaan rendahnya dirinya, khususnya dalam masalah percintaan dan kekurangan fisik, sehingga Julia menginginkan konten tersebut dapat mendorong netizen untuk memandang positif dirinya.

Konten *stop insecure* dapat dianalisa dengan menggunakan konsep habitus Pierre Felix Bordieu. Bourdieu (1977) mengartikan habitus sebagai “sistem disposisi yang tahan lama, dapat dipindahkan, struktur yang terstruktur yang cenderung berfungsi sebagai struktur penyusun”. Dalam istilah yang lebih sederhana, habitus dapat dianggap sebagai kumpulan kebiasaan, keterampilan, dan disposisi yang tertanam dalam individu melalui pengalaman sosial. Konten yang memfokuskan pada pemberdayaan diri untuk mengatasi perasaan insecure berusaha mempengaruhi habitus yang dimiliki para netizen. Terdapat upaya untuk mengintervensi habitus yang dimiliki netizen, terutama habitus yang cenderung negatif, yang mana terdapat perasaan rendah diri atau tidak percaya diri, yang berusaha diganti dengan habitus yang lebih positif, melalui narasi yang disampaikan Julia pada kontennya. Julia mengajak penontonnya untuk mengubah pola pikir mereka, yang dapat dilihat sebagai upaya untuk mengubah habitus netizen.

Pada proses memotivasi Julia menggunakan modal budaya. Modal budaya adalah konsep dari teori praktik sosial yang dikemukakan oleh Pierre Felix Bordieu. Bordieu dalam (Jatmiko dan Abdullah, 2021) mengemukakan bahwa modal budaya mencakup pengetahuan, keterampilan, pendidikan, dan kompetensi tertentu yang dimiliki seseorang. Dalam sebuah kajian terdahulu yang membahas persoalan *insecure* perempuan, menjelaskan bagaimana peranan modal budaya, berupa pengetahuan tentang keberagaman bentuk tubuh perempuan dan keterampilan penyajian konten, dapat memberikan pengaruh terhadap perasaan *insecure* yang dialami perempuan. Penelitian Kampanye Tubuh Positif Perempuan “Real People Real Body” oleh @Nipplets_official, akun Instagram @nipplets_official melakukan kampanye “Real People Real Body”. Akun Instagram @nipplets_official adalah sebuah toko online yang menjual lingerie atau pakaian dalam perempuan sejak Agustus 2016 dengan jumlah pengikut kurang lebih sebanyak 59,200 orang (Dewi dan Winduwati, 2019).

Penelitian terhadap akun @Nipplets_official memberikan sebuah gambaran mengenai peranan modal budaya, dalam hal ini pengetahuan keberagaman bentuk tubuh perempuan yang dimiliki founder akun @Nipplets_official dan keterampilan terhadap aksi akun tersebut untuk membungkam persepsi di Internet bahwa, setiap wanita memiliki kecocokan untuk memakai linggeri tanpa harus *insecure* karena terpengaruh standar model yang pada umumnya memiliki bentuk tubuh yang langsing. Namun, akun @Nippelts_official menghadirkan model-model yang apa adanya, model yang dipilih adalah model yang memiliki tubuh tidak langsing, memiliki bekas luka, dan *stretch mark*. Penelitian terhadap akun tersebut mendapati hasil positif dari kampanye tubuh positif dari para respondennya. Maka dari hasil penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa modal budaya dalam hal ini pengetahuan dan keterampilan dapat berdampak pada upaya mengurangi perasaan *insecure* perempuan di ranah digital.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan temuan penelitian atas peran modal budaya pada konten *stop insecure* dalam memberikan dampak positif terhadap perasaan *insecure* perempuan. Pesan motivasi Julia, tidak serta merta ia ungkapkan atau dapat dihasilkan dengan begitu saja, ada proses pembelajaran yang telah Julia lewati untuk bisa memunculkan motivasi kepada para netizen. Proses pembelajaran tersebut menghasilkan pengetahuan untuk menghadapi permasalahan yang dialami netizen, melalui motivasi dan langkah-langkah praktis yang disampaikan dalam videonya, Julia juga berusaha membentuk disposisi baru dalam diri individu, yaitu disposisi yang mengakui nilai dan potensi diri sendiri. Dengan kata lain, Julia mencoba menciptakan habitus baru yang mendukung rasa percaya diri dan harga diri yang tinggi.

Gambar 7: Konten *Stop Insecure, insecure* jerawat



Sumber : Akun TikTok @juliarimbaa

Berdasarkan tangkapan layar diatas, video *stop insecure* dengan tema “Edukasi insecure jerawat”, terlihat Julia yang sedang memakai masker di wajahnya, Julia motivasimotivasi dan langkah-langkah untuk individu yang sedang mengalami rasa insecure dikarenakan memiliki jerawat. Dalam video tersebut Julia mengatakan, “alhamdulillah ada orang yang mau nerima aku yang jerawat ini alhamdulillah ternyata masih ada juga laki-laki yang mau sama aku yang jerawat ih kakaknya beruntung banget ya ada yang bisa nerima jerawat dia, siapa yang masih punya pikiran kayak gini sayang wake up bangun kamu itu lebih dari sekedar jerawat kamu doang”. Dalam video tersebut Julia memberikan pesan kepada orang-orang yang memiliki pemikiran tentang rendahnya diri sendiri karena memiliki kekurangan, dalam video tersebut Julia mengatakan bahwasanya tidak boleh merasa terlalu meninggikan seseorang pasangan yang menerima kondisi wajah yang berjerawat dikarenakan hal tersebut adalah hal yang biasa dialami manusia, justru saat seorang pasangan tidak mau menerima kekurangan pasangannya maka, saat pasangannya sudah dalam kondisi yang baik, orang tersebut tidak berhak menerima pasangannya yang sudah dalam kondisi yang baik. Dalam video tersebut Julia juga menyampaikan pesan sebagai berikut.

“kamu harus pikirkan dan tanamkan di mindset Kamu adalah apa aku aja bisa menerima aku dengan jerawat-jerawatku ini karena memang enggak mudah punya jerawat itu enggak mudah sayang gak enggak mudah membalikkan telapak tangan jadi

memang kalau kamu jerawatan itu artinya kamu hebat bukan kamu jorok atau apa memang susah. Sayang kalau punya jerawat yang banyak itu ya dan kalau kamu aja Oh kalau aku aja ya ngomong depan kaca nih ya , Oh kalau aku aja bisa nih nerima aku diri aku sendiri dan memang berusaha untuk memperbaiki ya muka aku gitu loh ya yang jerawatan ini dan memang enggak ada salahnya jerawatan karena banyak faktornya gitu ya banyak alasan kenapa aku berjerawat bukan berarti aku kotor harusnya aku dong yang marah kalau ada orang yang gak nerima aku karena jerawat Aku bukannya malah Oh bersyukur banget ini orang. Harusnya bersyukur kalau orang ini menerima kamu udah titik ggak usah pakai ada embel-embel menerima kamu dan jerawat kamu, ini dan biarkan saja kalau misalkan ada orangnya heran kenapa kamu bisa kenapa kamu bisa ini kenapa kamu bisa itu ya biarin aja mereka yang seperti itu dan kamu tidak perlu mengajari orang yang tidak mau diajarkan kan gitu ya Ee ngajari orang yang tidak mau belajar. Biarin aja gitu asal kamu Jangan ikut-ikutan menilai diri sendiri juga rendah ”. (Narasi video Juli 2024)

Perkataan Julia dalam videonya menekankan pada hal yang harus diterima oleh setiap individu yang mengalaminya, Julia mengisyaratkan sebuah kekurangan harus di selingi dengan pengetahuan agar tidak membuat seorang individu berkecil hati ataupun rendah diri. Pengetahuan yang ada pada individu akan membuatnya merasa lebih tenang dikarenakan tahu penyebab dan langkah yang harus dilakukan, dalam konteks edukasi insecure jerawat, Julia mengajak untuk memperbaiki kondisi seorang yang mengalami jerawat, ia menegaskan seseorang yang memiliki jerawat belum tentu orang yang kotor, melainkan bawaan hormonal. Kemudian Julia juga menegaskan perasaan bersyukur yang harus ada pada orang yang mengalami jerawat tersebut untuk bersyukur karena ada yang mau menerima seseorang tersebut tanpa harus berpikir, orang yang menerima individu tersebut juga menerima jerawat yang dimiliki individu tersebut, dikarenakan seseorang yang memiliki jerawat bukanlah orang yang hina.

Selain video *stop insecure* yang telah dipaparkan di atas, terdapat *video stop insecure* lain yang bertemakan “Solusi *insecure* gendut”. Konten tersebut merupakan konten untuk merespon komentar dari netizen pada akun TikTok @juliarimbaa, dalam video tersebut Julia menanggapi komentar dari netizen sebagai berikut. “Aku *insecure* karna gendut gabisa nurunin berat badan belom lagi jdi bulan”an tante aku, dibilang susah dapat jodoh karena gendut (emot menangis).

Gambar 8: Konten *Stop Insecure*, Solusi *insecure* gendut



Sumber: Akun TikTok @juliarimbaa

Pernyataan dari netizen pada video tersebut ditanggapi oleh Julia dengan memberikan argumen yang tegas. Julia menjelaskan bahwa tanggapan-tanggapan buruk dari orang lain akan memberikan dampak yang buruk pada diri seorang individu. Julia juga memberikan pandangan untuk menjadikan tanggapan-tanggapan dari orang lain untuk menjadikan tersebut motivasi untuk merubah diri. Dalam video tersebut Julia mengatakan sebagai berikut.

“kalau gendut entah susah dapat jodohnya ya perkataan-perkataan jahanam seperti inilah ya yang akan membuat anak-anak Indonesia Raya yang memang punya berat badan berlebih jadi insecure sebenarnya gini ya kalau kamu tidak bisa menerima aku saat aku gendut kamu tidak pantas mendapatkan aku saat aku kurus gitu kalau kamu tidak bisa menerima aku saat aku jerawat kamu tidak pantas mendapatkan aku pas aku mulus Kalau kamu tidak bisa menerima aku pas aku apa. Lagi pas aku sakit kamu tidak pantas mendapatkan aku saat aku sehat kan begitu Ya intinya ya jadi jangan takut ya kalau misalkan memang laki-laki itu mau ngelihat fisiknya aja fokus ke fisik ya harusnya kamu yang enggak mau sama dia. Emang kamu mau sama laki-laki yang kayak gitu bilang sama tante kamu kan bilang tante. Emang siapa juga yang mau laki-laki yang bisa yang ngihatnya cuma dari fisik aja kan begitu ya capek kalau ngambil validasi dari orang lain terus ya enggak ada habisnya gitu kalau misalkan kamu insecure jadikanlah itu sebagai motivasi insecure itu penting rasa insecure itu rasa ketidakamanan ya akan diri kita sendiri sedikit itu penting untuk menjadi motivasi ke depannya”. (Narasi video Juli 2024)

Julia dalam video tersebut mencoba untuk mendorong netizen yang memiliki berat badan yang berlebih untuk mencintai diri sendiri dengan segala kekurangan yang ada, Julia mengatakan jika seseorang laki-laki tidak dapat menerima diri individu yang memiliki kekurangan, maka ketika individu tersebut sudah lebih baik, laki-laki yang tadinya tidak menerima diri individu tersebut tidak berhak untuk mendapatkan individu tersebut ketika kekurangannya sudah lebih baik. Julia juga memberikan motivasi untuk netizen

hendaknya tidak berfokus pada validasi orang lain, dikarenakan jika berharap pada validasi dari orang lain, maka tidak akan pernah ada habisnya. Perkataan dari orang lain juga sudah seharusnya menjadi motivasi yang paling kuat untuk merubah diri inividu, namun tidak dijadikan sebagai hal yang memperburuk pikiran dan perasaan.

Konten *stop insecure* menjadi pengingat dan penyemangat para netizen yang mengalami perasaan insecure terhadap kekurangan yang dimiliki. Melalui motivasimotivasi yang disampaikan Julia, menjadi pegangan untuk para netizen. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada informan, peneliti menerima penjelasan bahwa informan mendapatkan sebuah motivasi tersendiri dari konten *stop insecure* yang diunggah oleh Julia pada akun TikToksnya. Informan memberikan keterangan terdapat motivasi yang menggerakkan informan tersebut untuk mulai berpikir positif kepada dirinya sendiri dan mulai menerima kekurangan yang dimiliki informan tersebut. Perasaan positif pada kekurangan mulai membuat informan merasa menjadi lebih baik dibandingkan dengan sebelumnya. Berikut ini adalah pernyataan langsung dari informan F mengenai konten *stop insecure*.

“Sejak ngikutin konten stop insecure dari Julia di TikTok, aku ngerasa ada perubahan besar dalam cara aku liat diri sendiri. Julia tuh ngasih motivasi yang bener-bener nyentuh, bikin aku mulai mikir lebih positif tentang diri sendiri. Dulu aku sering banget ngerasa nggak puas sama kekurangan yang aku punya, tapi setelah nonton kontennya Julia, aku mulai bisa nerima itu semua dan jadi lebih pede. Motivasi dari Julia bener-bener ngebantu aku buat ngerasa lebih baik dan lebih yakin sama diri sendiri. Aku seneng banget sama apa yang Julia lakukan, karena kontennya bener-bener ngubah cara pandang aku jadi lebih positif”. (Wawancara informan E, 29 Juli 2024)

Pernyataan dari informan memberikan gambaran bahwa TikTok menjadi sebuah arena yang berfungsi sebagai tempat untuk berinteraksi dan berkompetisi untuk membentuk praktik sosial informan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dilihat TikTok dapat menjadi sebuah arena. Dalam teori praktik sosial, arena merujuk pada ruang sosial di mana individu berinteraksi, berkompetisi, dan membentuk praktik sosial netizen. Bordieu mendefinisikan arena sebagai tempat di mana berbagai aktor dan praktik sosial bertemu. Di arena ini, norma, nilai, dan hubungan kekuasaan dibentuk dan diubah melalui interaksi sosial (Mangihut, 2016). Arena merupakan ruang terstruktur yang didukung oleh modal tertentu, Arena yang merupakan sebuah ruang berkompetisi bertujuan untuk menumpuk dan memonopoli berbagai jenis modal (Swartz, 1997).

Arena sosial yang dibentuk oleh konten Julia adalah ruang di mana para netizen, termasuk informan, dapat terlibat dalam interaksi sosial terkait isu penerimaan diri dan

kepercayaan diri. Di sini, diskursus tentang kekurangan pribadi dan cara menghadapinya menjadi pusat perhatian. Melalui konten tersebut, Julia menciptakan ruang diskusi di mana individu dapat mengeksplorasi dan menegosiasikan pandangan netizen tentang diri sendiri dan kekurangan netizen.

Arena sebagai tempat perebutan modal dalam konteks Julia sebagai kreator konten dapat dipahami dengan cara Julia berusaha untuk mengumpulkan dan mengendalikan modal simbolik (seperti pengakuan, perhatian, dan pengaruh) melalui konten yang ia buat. Dengan fokus pada isu penerimaan diri dan kepercayaan diri, Julia menciptakan sebuah platform di mana ia bisa menonjolkan dirinya sebagai seorang yang memahami dan dapat memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh banyak orang. Di sisi lain Julia juga dapat memperebutkan modal ekonomi karena telah berhasil membangun audiens yang besar, Julia dapat menggunakan popularitas untuk mendapat sponsor, monetisasi. Salah satu modal ekonomi yang telah berhasil Julia dapatkan adalah berhasil menggunakan popularitas untuk menjual buku karya Julia sendiri, yang berjudul “Wanita Kok Tantrum”.

Sementara dari sisi netizen, dapat dilihat para netizen juga melakukan kompetisi di ranah sosial TiK Tok untuk memperebutkan modal, perebutan di sini dapat dilihat dengan bagaimana cara netizen dapat dilirik oleh Julia, seperti Julia yang akan memberikan balasan pada komentar tertentu oleh para netizen, yang mana komentar itu merupakan sebuah pertanyaan yang dapat menjadi sebuah modal, contohnya ketika ada 20 netizen yang bertanya tentang bagaimana tips untuk bisa menjadi wanita *high value*, maka Julia tidak akan membalas 20 komentar tersebut dalam bentuk video satu persatu, namun Julia akan memilih komentar yang dianggap menarik dan juga relevan. Pada tahap ini lah, perebutan modal budaya berupa pengetahuan di ranah sosial TikTok dapat terlihat. Berikut ini adalah gambaran nyata dari narasi tentang perebutan modal budaya berupa pengetahuan dalam bentuk gambar di bawah ini

Gambar 9 : Tips bicara sambil senyum



Sumber : Akun TikTok @juliarimbbaa

Gambar 10 : Komentar yang ditanggapi Julia



Sumber : Akun TikTok @juliarimbbaa

Gambar 11 : Konten tanggapan dari komentar netizen



Sumber : Akun TikTok @juliarimbbaa

Ketiga Gambar di atas adalah penggambaran perebutan modal budaya, berupa pengetahuan oleh para netizen, dimana pada salah satu video yang sedang membahas cara untuk berbicara sambil tersenyum pada gambar (9). Salah seorang netizen berkomentar, “Kak tutor cara pede cape insecure terus.” Dari komentar tersebut mendapat tanggapan dari Julia mengenai pertanyaan netizen yang dapat dilihat pada kolom komentar video, gambar (10). Dari gambar (10) dapat diamati banyak netizen lain yang berkomentar, dan memberikan pertanyaan, akan tetapi yang mendapat respon oleh Julia adalah netizen yang menanyakan tutorial percaya diri. Gambar (11) adalah respon dari pertanyaan netizen, yang menandakan netizen yang memberikan pertanyaan tutorial percaya diri adalah yang berhasil memenangkan perebutan modal budaya dengan netizen lain dan mendapatkan modal budaya, berupa pengetahuan tutorial percaya diri dalam bentuk video pada gambar (11).

Konten yang diunggah oleh Julia tidak hanya sekadar memberikan motivasi, tetapi juga menjadi dorongan kuat bagi informan untuk menerima segala bentuk kekurangan yang ada pada dirinya. Konten tersebut berhasil menginspirasi informan untuk memandang kekurangan dengan cara yang lebih positif, melihatnya sebagai bagian dari diri yang perlu diterima, bukan disangkal. Lebih dari itu, konten ini juga memicu perubahan signifikan dalam diri informan, mendorongnya untuk melakukan langkah-langkah nyata dalam memperbaiki diri dan meningkatkan rasa percaya diri. Dengan mulai menerima kekurangan, informan merasakan perubahan yang nyata dalam cara ia memandang diri sendiri, yang pada akhirnya membuatnya merasa lebih baik, lebih bahagia, dan lebih yakin dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

C. Konten Inspirasi

Inspirasi dalam KBBI diartikan sebagai ilham, ilham sendiri memiliki makna pikiran yang timbul dari hati, sesuatu yang timbul dan menggerakkan untuk mencipta. Konten inspirasi oleh Julia adalah sebuah konten pada akun TikTok @juliarimba, dimana konten ini berisikan tentang arahan-arahan dan saran yang diberikan Julia pada individu melalui videonya, konten ini berfokus pada cara meningkatkan nilai diri seorang individu. Peningkatan nilai dalam konten ini dikemas dalam tips-tips belajar bahasa, tips menabung, tips membangun sebuah usaha. Yang membuat konten ini lebih bermakna adalah fakta bahwa Julia tidak hanya berbicara berdasarkan teori semata. Sebagian besar saran dan tips yang Julia bagikan berasal dari pengalaman pribadi dan hal-hal yang telah dipelajari dan diuji coba oleh Julia sendiri. Hal ini memberikan kepercayaan lebih bagi para penontonnya, karena penonton tahu bahwa saran-saran yang diberikan Julia telah terbukti berhasil dalam kehidupan nyata. Dengan demikian, konten inspirasi dari Julia tidak hanya memberikan

ilham, tetapi juga dorongan praktis untuk individu yang ingin meningkatkan kualitas hidup netizen.

Konten Inspirasi dibuat dengan alasan ingin berbagi cara-cara Julia untuk bisa meningkatkan nilai dirinya, dan juga ingin memberikan ilmu yang telah ia miliki dan pengalaman yang telah Julia rasakan guna menjadi rujukan para netizen untuk meningkatkan nilai diri (*value*).

Konten inspirasi pada akun TikTok dapat menggambarkan bagaimana TikTok berperan sebagai arena atau ranah untuk mendapat hal yang di ingin kreator konten dan netizen. Melalui analisis menggunakan teori praktik sosial oleh Bourdieu dalam konsep arena atau ranah, Bourdieu (1997) menjelaskan konsep arena menggambarkan ruang sosial tempat berbagai aktor berinteraksi dan bersaing untuk memperkuat posisi dengan menggunakan berbagai jenis modal yang dimiliki. TikTok, dalam konteks ini, menjadi arena di mana Julia, sebagai kreator, dan para netizen, sebagai konsumen, saling berinteraksi dalam dinamika yang rumit. Julia memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman pribadinya untuk menghasilkan konten inspiratif yang berfokus pada peningkatan nilai diri, seperti tips belajar bahasa, menabung, dan membangun usaha. Modal sosial yang Julia miliki, yang tercermin dalam jumlah pengikut dan interaksi positif dari netizen, semakin memperkuat posisinya dalam arena ini.

Sementara itu, netizen juga memiliki peran penting dalam arena ini dengan mengonsumsi dan merespons konten Julia, serta menerapkan saran-saran yang diberikan. Partisipasi aktif netizen, seperti memberikan komentar, *like*, dan berbagi konten, tidak hanya memperkaya modal sosial Julia, tetapi juga menambah pengetahuan dan keterampilan netizen sendiri. Dalam konteks netizen, arena TikTok tempat Julia beroperasi juga menawarkan berbagai kesempatan untuk mendapatkan modal yang berharga. Dalam konteks ini, modal bisa berupa pengetahuan baru, keterampilan, atau bahkan pengakuan sosial yang diperoleh melalui interaksi mereka dengan konten yang Julia ciptakan. Netizen yang mengonsumsi konten Julia berperan sebagai penerima manfaat dari modal budaya yang dibagikan melalui video-video inspiratif. Misalnya, tips belajar bahasa, menabung, atau membangun usaha yang Julia sampaikan, memberikan mereka pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini juga meningkatkan modal budaya netizen, seperti kemampuan bahasa, menabung, atau membangun usaha.

Gambar 12: Konten inspirasi



Sumber : Akun TikTok @juliarimbaa

Gambar di atas merupakan konten inspirasi yang ada pada akun TikTok Julia, dalam konten video tersebut Julia merespon sebuah komentar dari netizen, netizen tersebut mengatakan “6 sampe 9 jt besar banget buat makanan”. Komentar tersebut ditanggapi Julia dengan menyampaikan kisah pribadi seseorang Julia yang berjuang dari kehidupan yang penuh dengan keterbatasan hingga akhirnya mencapai kesuksesan yang lebih baik. Julia menceritakan perjalanan hidupnya yang dimulai dari keluarga dengan ekonomi yang paspasan, bagaimana dia harus mulai bekerja keras sejak SMA untuk membantu keluarganya, hingga pengalamannya merantau dan kesulitan mendapatkan pekerjaan dengan gaji yang layak. Meskipun menghadapi banyak tantangan, termasuk kehilangan ibunya dan mengalami depresi, dia tetap berusaha dan tidak pernah menyerah pada impian dan keyakinannya. Julia menekankan bahwa kesuksesannya tidak datang dari *privilege* atau kemudahan yang diberikan orang lain, tetapi dari kerja keras dan ketekunan. Julia juga menolak pandangan bahwa uang yang besar untuk makanan adalah hal yang berlebihan, karena baginya kualitas hidup, termasuk makanan dan tempat tinggal yang layak, adalah hal yang penting. Inti dari narasi dalam tersebut adalah pesan inspiratif tentang ketekunan, kerja keras, dan keyakinan bahwa tidak ada yang tidak mungkin jika mau berusaha.

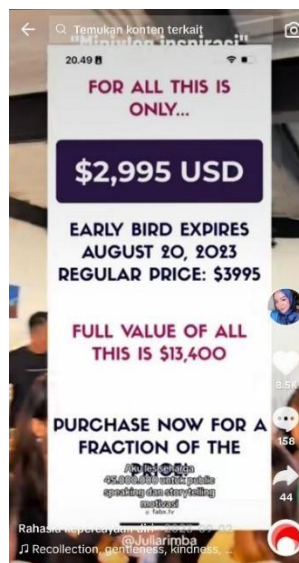
Konten inspirasi oleh Julia ini mengilhami keingin informan yang telah peneliti wawancara. Peneliti menanyakan perihal adalah kegiatan yang dilakukan dikarenakan terinspirasi oleh konten Julia, berikut adalah hasil wawancara dari informan F.

“Setelah nonton konten inspirasi kak Julia, saya mulai lebih sering melakukan aktivitas yang lebih produktif, seperti bangun pagi, berolahraga, dan membuat to-do list harian. Sebelumnya, saya merasa sulit untuk memulai rutinitas seperti itu, tapi saya juga terpengaruh sama kontennya kak Julia soal cara membuka usaha, karena kalau mau cantik itukan perlu modal. Jadi saya sempat coba-coba buka usaha jualan Kimbab ke teman-teman saya”.
(Wawancara informan F, 28 Juli 2024)

Dari hasil wawancara kepada Informan F dapat ditarik kesimpulan bahwa modal sosial yang Julia miliki. Bourdieu dalam (Ginting, 2019) modal sosial dapat mengukur segala sumber daya yang berkaitan dengan kepemilikan jejaring sosial yang berkelanjutan dari segala relasi, juga semua orang yang telah dikenal individu tersebut. Dalam konteks ini pengetahuan tentang cara membuka usaha. Dapat menggerakkan dan menjadi panduan untuk informan memulai usaha makanan yang dijalankan oleh informan. Hal ini juga menambah modal budaya yang dimiliki oleh informan.

Selain konten inspirasi di atas, terdapat konten inspirasi lainnya yang telah di unggah oleh Julia pada akun TikTiknya. Seperti konten inspirasi yang menceritakan proses peningkatan value yang dimiliki oleh Julia dengan cara mengikuti kelas *public speaking* dan *story telling* motivasi.

Gambar 13: Konten inspirasi, les *public speaking* dan *story telling* motivasi



Sumber : Akun TikTok @juliarimbaa

Dalam video tersebut Julia menyampaikan beberapa poin penting yang saling terkait dalam perjalanan Julia mengembangkan keterampilan dan membangun jaringan bisnis. Julia menekankan bahwa meskipun biaya sebesar 5 juta untuk kelas *public speaking* dan *storytelling* terdengar tinggi, investasi ini sangat berharga. Ilmu yang diperoleh dari pelatih berpengalaman seperti Colin, yang telah melatih lebih dari 300 orang, diyakini akan memberikan manfaat besar dalam pengembangan keterampilan penulis. Selain itu, Julia menggaris bawahi pentingnya membangun jaringan dan kolaborasi dengan sesama perempuan pebisnis, seperti. Pertemuan ini tidak hanya membuka peluang baru tetapi juga mendukung pertumbuhan bisnis masing-masing. Julia memberi apresiasi pada Lisa,

seorang *founder* yang konsisten dan gigih, sebagai contoh ketekunan dan dedikasi yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan. Setelah lulus dari kelas tersebut, Julia berencana membuat program yang akan dijual di TikTok, namun Julia menawarkan program tersebut secara gratis kepada lima orang yang mengikuti akun-akun yang disebutkan. Ini mencerminkan niat untuk berbagi ilmu dan mendukung perkembangan orang lain. Komitmen Julia untuk terus berkembang dan menggunakan ilmunya untuk menginspirasi dan memotivasi netizen, serta berbagi kesempatan dan dukungan untuk mencapai impian.

Konten inspirasi ini mendapatkan respon yang cukup positif dari informan yang telah peneliti wawancarai. Menurut informan konten inspirasi yang mengajarkan tentang pentingnya peningkatan *value* setiap individu dapat menggerakkan informan untuk berani mengambil langkah guna mengembangkan nilai diri dari informan dikarenakan telah menyadari setiap individu memiliki *value* yang berbeda-beda. Berikut ini adalah narasi yang disampaikan mengenai kesadaran informan F untuk meningkatkan *value* yang dimiliki informan.

“Saya ngefollow akun TikTok kak Julia itu dikarenakan video-videonya yang saya tonton itu hanya ngomongin soal mengupgrade diri, saya mulai sadar kalau setiap manusia atau perempuan itu punya *value* yang berbeda-beda, setelah nonton video-video kak Julia, saya jadi melangkah dan tergerak buat mengeksplor kemampuan diri saya”. (Wawancara informan F, 28 Juli 2024)

Pernyataan informan F menggambarkan perubahan dari habitus yang dimilikinya. Habitus menurut Bourdieu dalam (Haryatmoko, 2003) Habitus merupakan hasil keterampilan yang menjadi tindakan praktis, baik secara sadar maupun tidak, yang dipandang sebagai suatu kemampuan yang kelihatan alamiah dan berkembang dalam lingkungan sosial tertentu. Sedangkan (Fashri, 2014) mendefinisikan habitus sebagai sebuah struktur sosial yang ada dibatin dan telah terwujudkan, dengan kata lain habitus adalah hasil dari pengalaman individu tentang nilai-nilai sosial, terstruktur, dan berlangsung lama, mengendap dalam pikiran kemudian menjadi sebuah cara pandang dan pola pikir. Dalam pernyataan informan F dapat terlihat struktur sosial yakni TikTok yang di dalamnya terdapat konten inspirasi dari Julia telah membatin pada diri informan tentang nilai-nilai yang harus dimiliki setiap orang untuk mengembangkan diri, sehingga berhasil mengubah cara pandang dan pola pikir informan tentang nilai diri seseorang yang berbedabeda sehingga harus dimaksimalkan. Dalam proses pembentukan habitus F membutuhkan waktu 5 bulan setelah mengonsumsi konten Julia, terhitung sejak informan F mengikuti akun Julia sejak tahun 2022.

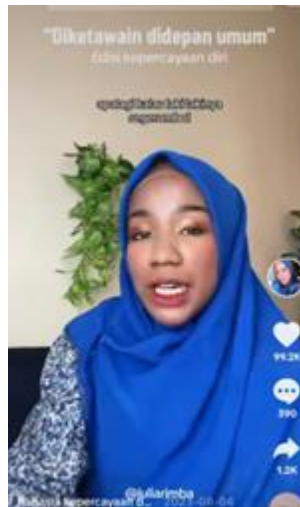
D. Pelajaran Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri adalah suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimiliki seseorang dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya (Hakim, 2002). Kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga dalam tindakantindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri (Lauster, 2008). Konten pelajaran kepercayaan diri ini adalah sebuah konten yang menjelaskan bagaimana cara bertingkah laku di depan umum atau saat berada di sekitar orang banyak, dalam konten ini terdapat hal-hal dan cara yang harus diperhatikan agar lebih percaya diri di tempat umum. Ada beberapa contoh konten tentang kepercayaan diri ini, seperti cara saat kita sedang mengunjungi restoran, cara agar terlihat menarik saat duduk di publik, gestur saat akan berbelanja agar lebih meyakinkan dan ditanggapi baik oleh penjual.

Konten ini pelajaran kepercayaan diri ini, dapat mengeksplorasi cara-cara bertingkah laku di depan umum atau saat berada di sekitar orang banyak untuk meningkatkan kepercayaan diri dan menciptakan kesan positif. Saat mengunjungi restoran, penting untuk memasuki tempat tersebut dengan postur tubuh yang tegak dan penuh percaya diri, serta menunjukkan sikap sopan dan menghargai. Gunakan bahasa tubuh yang terbuka, seperti senyum dan kontak mata, ketika berbicara dengan pelayan. Jelaskan pesanan dengan jelas dan, jika perlu, mintalah rekomendasi untuk menunjukkan bahwa dirimu menghargai pengalaman kuliner. Di tempat umum seperti kafe atau taman, penampilan dan sikap dapat mempengaruhi bagaimana orang melihat diri seseorang kenakan pakaian yang sesuai dengan suasana dan pastikan tampilan rapi. Duduk dengan tegak dan hindari sikap membungkuk atau ekspresi yang cemberut. Berbicara dengan percaya diri dan mempertahankan sikap positif akan membuat tampak lebih menarik dan meninggalkan kesan baik.

Konten pelajaran kepercayaan diri ini dibuat untuk memberikan pemahaman bagaimana bersikap sesuai tempat yang sedang dikunjungi, agar lebih bisa percaya diri dan dihargai oleh orang sekitarnya.

Gambar 14: Konten pelajaran kepercayaan diri, diketawain di depan umum



Sumber : Akun TikTok @juliarimbaa

Gambar tangkapan layar di atas merupakan sebuah video pelajaran kepercayaan diri yang berjudul “ Diketawain di depan umum, video tersebut mencoba menyampaikan cara yang tepat untuk menghadapi situasi di mana seseorang merasa diawasi, ditertawakan, atau dipandang sinis oleh orang lain di depan umum. Julia memberikan panduan bagaimana bersikap dalam situasi seperti itu, terutama dalam menghadapi kelompok laki-laki atau perempuan yang menunjukkan perilaku tidak menyenangkan. Pesan utamanya adalah agar tetap tenang, tidak bersikap reaktif atau agresif, dan menjaga kepercayaan diri. Julia menekankan pentingnya tidak berasumsi negatif tentang diri sendiri atau memikirkan hal-hal buruk yang mungkin dipikirkan oleh orang lain. Sebaliknya, kita harus menghargai diri sendiri dan tidak membiarkan opini orang lain meruntuhkan rasa percaya diri. Kepercayaan diri sejati, menurut Julia, adalah kemampuan untuk menghadapinya dengan cara yang positif dan elegan, serta mengajarkan orang lain untuk menghormati diri sendiri melalui sikap dan perilaku yang baik.

Dalam video pelajaran kepercayaan diri tersebut, Julia memanfaatkan modal budaya untuk memberikan panduan tentang cara menghadapi situasi sosial yang menekan. Bourdieu dalam (Ginting, 2019) mengatakan modal budaya, mengukur semua sumber daya (budaya) yang dapat menempatkan kedudukan individu. Modal budaya memiliki tiga bentuk pertama, dalam kondisi dapat bertumbuh (pengetahuan umum, keterampilan, nilai budaya, agama, norma, bakat turunan). Kedua, dalam bentuk kepemilikan bendabenda budaya. Ketiga dalam bentuk terlambangkan (gelar dan tingkat pendidikan).

Modal budaya, mengukur segala sumber daya (budaya) yang dapat memberikan kedudukan seorang individu, modal budaya yang dimaksud mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperoleh melalui pendidikan dan pengalaman pribadi (Ginting, 2019). Julia menunjukkan modal budaya ini dengan membagikan strategi praktis dan pengetahuan tentang bagaimana mempertahankan kepercayaan diri saat menghadapi situasi di mana seseorang merasa diawasi atau dipandang sinis. Julia mengajarkan netizen tentang cara menjaga sikap positif dan tidak berasumsi negatif, mencerminkan nilai-nilai dan norma sosial tertentu yang telah membentuk habitusnya. Dengan demikian, Julia tidak hanya memanfaatkan modal budayanya sendiri untuk mengelola interaksi sosial, tetapi juga mengajarkan orang lain untuk menggunakan modal budaya mereka untuk mengatasi tantangan serupa secara efektif.

Gambar 15: Konten pelajaran kepercayaan diri, tips kepedean 101



Sumber : TikTok @juliarimba

Selain video di atas, video lain pelajaran kepercayaan diri juga dapat menjadi sebuah tujuan untuk membentuk kepercayaan diri netizen. Seperti gambar di atas, gambar terbuat merupakan sebuah konten kepercayaan diri, dengan judul “ Tips kepedean 101”. Video ini memberikan panduan praktis bagi seseorang yang merasa grogi, tidak percaya diri, atau insecure saat harus masuk ke dalam ruangan yang ramai dengan orang asing. Julia menyarankan beberapa langkah yang dapat membantu meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan diri dalam situasi sosial, baik bagi orang introvert maupun ekstrovert. Langkah pertama adalah menarik napas dalam-dalam untuk menenangkan diri. Kemudian, fokus pada satu orang yang tampak ramah dan mudah didekati, lalu mulailah percakapan

dengan memberikan pujian tulus terhadap sesuatu yang menarik, seperti lipstik atau aksesorinya. Setelah itu, perpanjang percakapan dengan pertanyaan ringan, namun hindari topik yang kontroversial atau terlalu pribadi. Jika masih merasa gugup, penulis menyarankan untuk mengambil jeda sejenak, misalnya dengan pergi ke kamar mandi untuk menarik napas dan menenangkan diri.

Penting untuk tidak mengambil segala sesuatu secara pribadi jika percakapan tidak berjalan lancar, dan untuk mencoba berbicara dengan orang lain. Upaya ini dapat membuka peluang untuk mendapatkan teman baru atau memperluas jaringan sosial di kemudian hari, terutama dalam konteks pertemuan bisnis. Video ini bertujuan untuk memberikan dorongan dan tips praktis agar seseorang dapat mengatasi rasa tidak percaya diri dalam situasi ramai dan merasa lebih nyaman serta berani berinteraksi dengan orang lain.

Video tersebut menunjukkan bagaimana saran dan teknik yang diberikan dapat diterima dan dipraktikkan dalam konteks pengalaman sosial Individu. Individu yang mengalami grogi atau tidak percaya diri dalam situasi sosial mungkin menemukan langkahlangkah praktis yang disarankan, seperti menarik napas dalam-dalam, memilih orang ramah untuk diajak bicara, dan memberikan pujian tulus, sebagai solusi yang relevan dan bermanfaat. Teknik ini dirancang untuk menyesuaikan dengan berbagai tipe kepribadian, baik introvert maupun ekstrovert, sehingga memungkinkan saran tersebut diterima dengan baik oleh penonton dengan karakteristik berbeda. Individu dengan kepercayaan diri rendah atau kecemasan sosial mungkin merasa diberdayakan dan lebih nyaman dalam berinteraksi setelah menerapkan teknik-teknik tersebut. Respon terhadap teknik yang disarankan dapat bervariasi tergantung pada seberapa sesuai teknik tersebut dengan pengalaman pribadi penonton. Individu yang telah memiliki pengalaman serupa mungkin akan lebih cepat menerapkan saran tersebut, sedangkan yang baru mengenal teknik ini mungkin memerlukan waktu lebih lama untuk merasa nyaman. Secara keseluruhan, video ini berusaha memberikan panduan yang dapat diterapkan dalam berbagai situasi sosial, dengan harapan bahwa teknik-teknik tersebut dapat membuat terasa nyaman.

Habitiasi baru akan sangat mungkin tercipta melalui disposisi pengalaman individu setelah menonton video dan menerapkan cara-cara yang telah diberikan pada video tersebut. Pembentukan habitiasi baru dapat dilihat dari seorang informan yang telah peneliti wawancarai. Informan C menyatakan apa yang telah dirasakan setelah menonton video Julia, sebagai berikut.

“Konten pelajaran kepercayaan diri ini, buat aku merasa banget ada perubahan dalam cara aku ngadepin situasi sosial. Dulu, aku sering gugup dan cemas banget kalau maju ngejelasin

di depan kelas. Tapi sekarang, aku mulai pakai teknik yang diajarin di video itu. Aku belajar buat tarik napas dalam-dalam, aku berusaha untuk mengontrol kecemasan aku pas di depan kelas. Ternyata, ini bikin aku lebih nyaman dan percaya diri. Aku juga gak lagi terlalu mikirin tatapan atau komentar negatif dari orang lain, karena aku lebih fokus ke cara aku berinteraksi. Rasanya kayak habis dapet upgrade dalam cara aku bergaul, dan ini benerbener ngebantu aku ngerasa lebih pede dalam setiap pertemuan sosial”. (Wawancara informan C, 28 Juli 2024)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan telah terjadi pembentukan habitus baru pada informan C. Bourdieu dalam (Martono, 2012) menyatakan habitus merupakan sebuah sistem disposisi-disposisi (bentuk-bentuk persepsi, pemikiran, dan tindakan yang didapat dan bertahan lama) habitus dapat berkembang melalui pengalaman dan menjadi dasar kepribadian seseorang. Bourdieu menjelaskan sistem disposisi yang akan menghasilkan perbedaan berupa gaya hidup dan praktik dalam kehidupan, yang sejalan dengan pengalaman dan proses internalisasi agen dalam melakukan interaksi dengan agen lain ataupun struktur objektif tempat agen berada (Bourdieu, 2011).

Dari penjelasan di atas terlihat jelas pada informan C setelah menonton video Julia dan menerapkan teknik-teknik yang diajarkan dalam video. Sebelumnya, informan sering merasa gugup dan cemas ketika harus berbicara di depan kelas, sebuah disposisi yang mencerminkan habitus lamanya. Namun, setelah mempraktikkan teknik seperti menarik napas dalam-dalam dan fokus pada interaksi dari pada memikirkan pandangan negatif orang lain, informan mulai merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam situasi sosial. Perubahan ini menunjukkan terbentuknya habitus baru yang lebih adaptif, dimana pengalaman menonton video dan penerapan teknik yang dipelajari menjadi faktor penting dalam mengubah disposisi sosialnya. Habitus baru ini tidak hanya membentuk kepercayaan diri informan, tetapi juga menunjukkan bagaimana interaksi dengan media dapat membentuk ulang kebiasaan dan cara individu berinteraksi dalam kehidupan sosial sehari-hari.

BAB V

DAMPAK KONTEN AKUN TIKTOK @JULIARIMBAA

DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN

Dalam penelitian tentang upaya meningkatkan kepercayaan diri perempuan melalui media sosial TikTok yang berfokus pada akun TikTok @juliarimbbaa. Peneliti menemukan terdapat tiga dampak yang dihasilkan dari konten akun TikTok @juliarimbbaa berdasarkan dari hasil wawancara kepada para informan. Dampak tersebut adalah sebagai berikut.

A. Dampak Psikologis

Menurut Coleman dkk, dalam (Nathalia, 2013) dampak psikologi merujuk pada efek yang ditimbulkan pada pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang akibat suatu peristiwa, kondisi, atau lingkungan. Dampak psikologis juga diartikan sebagai sebuah stimulus dan respon yang bekerja pada seseorang Watson dalam (Suwarno, 2012).

Penelitian yang berhubungan dengan konten di media sosial, yang memiliki dampak psikologis, telah ada dalam penelitian terdahulu. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh konten *influencer* terhadap kesejahteraan psikologis remaja. Dalam penelitian tersebut menemukan para remaja yang memiliki media sosial dan mengikuti konten-konten di dalamnya, termasuk salah satunya adalah konten para *influencer*, menunjukkan para remaja mengalami peningkatan dalam hal kepercayaan diri dan kesejahteraan psikologisnya (Gallagher, 2017).

1. Peningkatan Kepercayaan Diri

Menurut Taylor dalam (Wahyuni, 2013) kepercayaan diri adalah sebuah keyakinan yang dimiliki seseorang, untuk menampilkan perilaku tertentu guna mencapai target tertentu. Kepercayaan diri tidak diartikan sebagai bakat bawaan lahir tetapi kepercayaan diri diraih dari proses pemberdayaan dan pendidikan, dengan kata lain kepercayaan diri dapat dilatih dan dibiasakan. Sedangkan menurut Hakim (2002), percaya diri adalah keyakinan seseorang terhadap berbagai kelebihan yang dimilikinya, yang membuatnya merasa mampu mencapai berbagai tujuan hidupnya.

Menurut Lautser (2008), terdapat karakteristik untuk menilai kepercayaan diri individu, diantaranya sebagai berikut:

1. Memiliki kepercayaan kepada kemampuan diri sendiri, yakni sebuah keyakinan terhadap diri sendiri untuk segala peristiwa yang ada hubungannya dengan kemampuan diri guna mengevaluasi dan mengatasi peristiwa yang terjadi.
2. Berperilaku mandiri terhadap pengambilan keputusan, yaitu dalam bertindak untuk mengambil keputusan untuk apa yang akan dikerjakan secara mandiri tanpa melibatkan orang lain, serta mampu meyakini tindakan yang telah dikerjakan.
3. Mempunyai konsep diri yang positif, yakni terdapat penilaian baik kepada diri sendiri, mulai dari pandangan ataupun tindakan yang dapat memunculkan rasa positif pada diri individu itu sendiri.
4. Memiliki keberanian untuk berpendapat, sikap ini adalah kemampuan untuk mengutarakan sesuatu yang ada dalam diri individu kepada orang lain, namun hal ini muncul tanpa adanya paksaan dan hambatan untuk pengungkapan pendapat tersebut.

Hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan C menemukan adanya dampak peningkatan kepercayaan diri yang disebabkan oleh konten akun TikTok @juliarimbua, hal ini dijelaskan oleh informan sebagai berikut.

"Dampak yang aku rasain setelah nonton video-video kak Julia, aku sekarang udah jauh lebih percaya diri dibanding dulu. Dulu aku sering merasa minder karena bullying, tapi sekarang aku mulai merasa lebih nyaman dengan diri sendiri. Aku belajar buat lebih menghargai diriku apa adanya dan nggak terlalu peduli dengan komentar orang lain. Rasanya, aku lebih kuat dan lebih siap menghadapi segala tantangan, meskipun ada kekurangan yang masih ada." (Wawancara informan C, 28 Juli 2024)

Pernyataan informan di atas memperlihatkan adanya peningkatan kepercayaan diri yang merupakan dampak yang ditimbulkan video yang telah diinformasikan tersebut. Peningkatan kepercayaan diri informan didasarkan pada karakteristik kepercayaan diri yang dimiliki individu. Karakteristik tersebut telah dijelaskan oleh Lautser. Menurut Lautser (2008), kepercayaan diri individu dapat dinilai melalui beberapa karakteristik utama. Pertama, seseorang yang percaya diri memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri, yang berarti yakin dalam mengevaluasi dan mengatasi berbagai peristiwa yang terkait dengan kemampuannya. Kedua, menunjukkan perilaku mandiri dalam pengambilan keputusan, yaitu mampu membuat keputusan secara independen tanpa perlu bergantung pada orang lain dan merasa yakin dengan tindakan yang telah diambil. Ketiga, memiliki konsep diri yang positif, dimana seorang individu menilai diri sendiri dengan baik dan memiliki pandangan serta tindakan yang memunculkan rasa positif dalam diri. Terakhir, individu yang percaya diri menunjukkan keberanian untuk

berpendapat, yaitu kemampuan untuk menyampaikan pendapat atau perasaan mereka kepada orang lain tanpa rasa takut atau paksaan. Keempat karakteristik ini saling berhubungan dan menggambarkan tingkat kepercayaan diri seseorang.

Jika merujuk gagasan Lautser tentang karakteristik kepercayaan diri, maka informan telah mengalami peningkatan kepercayaan diri, yang dapat dilihat dari memiliki karakteristik berupa kepercayaan terhadap kemampuan diri, terlihat dari kemampuannya untuk lebih menerima diri sendiri dan merasa lebih nyaman meskipun masih memiliki kekurangan. Informan juga menunjukkan konsep diri yang positif, dengan mulai merasa bangga dan menghargai dirinya sendiri setelah mengalami masa-masa sulit. Selain itu, informan menunjukkan keberanian untuk berpendapat dengan berbagi perasaannya tentang perubahan kepercayaan diri dan pola pikirnya.

Temuan serupa mengenai peningkatan kepercayaan diri juga ditemukan pada informan D, sebagaimana yang dijelaskan informan dalam sesi wawancara.

“Sejak mengikuti konten Kak Julia, aku jadi jauh lebih percaya diri. Dulu, aku sering bingung gimana caranya pakai makeup yang cocok buat kulit gelapku, apalagi aku punya undertone cooltone yang jarang dibahas. Tapi sekarang, aku udah ngerti cara milih warna yang pas dan nggak takut lagi bereksperimen. Setiap kali dandan, aku jadi makin percaya diri karena hasilnya selalu sesuai dengan apa yang aku inginkan. Aku juga jadi nggak gampang insecure lagi, justru makin pede tampil di depan orang banyak. Kak Julia bener-bener bantu aku memahami kalau aku bisa cantik dengan versi diri aku sendiri, tanpa harus merasa kurang.” (Wawancara informan D, 28 Juli 2024)

Peningkatan kepercayaan diri informan terlihat dari pernyataan yang informan berikan pada sesi wawancara. Menurut Hakim dalam (Rahman, 2014) individu yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi menunjukkan beberapa ciri khusus. Pertama, selalu bersikap tenang dalam menghadapi berbagai situasi dan memiliki potensi serta kemampuan yang memadai. Selain itu, mampu menetralkan ketegangan yang muncul, baik dalam situasi sulit maupun menantang. Orang yang percaya diri juga dapat menyesuaikan diri dan berkomunikasi dengan baik dalam berbagai situasi sosial, serta memiliki kondisi mental dan fisik yang mendukung penampilannya. Seseorang yang percaya diri juga cenderung memiliki kecerdasan yang cukup dan pendidikan formal yang memadai, yang menjadi dasar dari kepercayaan diri individu tersebut. Selain itu, individu tersebut juga memiliki keahlian atau keterampilan yang mendukung kehidupan sehari-hari, serta kemampuan untuk bersosialisasi dengan baik. Lebih lanjut, latar belakang pendidikan keluarga yang baik dan pengalaman hidup yang telah menempa mental mereka, menjadikan lebih kuat dalam menghadapi cobaan hidup. Semua ciri-ciri ini menggambarkan individu yang memiliki rasa percaya diri yang kuat dan stabil.

Ciri-ciri percaya diri yang dikemukakan Hakim dapat memberikan gambaran, terdapat beberapa tanda-tanda orang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi terlihat pada informan. Informan menunjukkan kemampuan yang memadai dalam merias diri dan memilih warna makeup yang sesuai dengan kulitnya, menandakan bahwa ia memiliki keterampilan yang baik dalam hal ini. Selain itu, informan juga mampu menyesuaikan diri dengan penampilannya setelah mendapatkan pengetahuan tentang makeup, dan hal ini tercermin dari keberaniannya bereksperimen tanpa rasa khawatir. Kondisi mentalnya yang positif juga terlihat dari bagaimana ia berhasil mengatasi rasa *insecure*, menunjukkan bahwa mental dan fisiknya cukup mendukung untuk meningkatkan penampilannya. Lebih jauh, pengalaman informan yang sebelumnya merasa kurang percaya diri dengan warna kulitnya, tetapi kemudian berhasil mengatasinya melalui pengetahuan baru dari video-video Julia, menandakan bahwa ia telah menghadapi tantangan hidup yang memperkuat mentalnya. Keseluruhan ciri-ciri ini menunjukkan adanya peningkatan rasa percaya diri pada informan.

Selain informan C dan informan D, informan E juga menyatakan bahwa dirinya telah merasakan dampak peningkatan kepercayaan diri dari menonton videovideo Julia. Hal ini informan sampaikan dalam sesi wawancara.

“Awalnya, aku merasa sangat insecure karena perubahan kulitku saat pubertas dan perbedaan fisik dengan keluargaku yang semuanya keturunan Arab, sedangkan aku punya mata sipit. Tapi sejak follow akun Kak Julia setahun lalu, aku mulai berubah. Video-video kak Julia tentang kepercayaan diri membuatku paham bahwa setiap orang punya value masing-masing, dan aku nggak perlu takut atau ragu untuk jadi diri sendiri. Sekarang aku lebih percaya diri, bahkan mulai membuat konten, ikut beauty komunitas, dan berani terlibat dalam volunteer. Pengaruh dari video-video kak Julia benar-benar besar buat aku. Aku jadi lebih berani mengeksplor kemampuan diri dan terus melangkah maju.” (Wawancara informan E, 29 Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan adanya peningkatan kepercayaan diri yang signifikan melalui beberapa karakteristik utama. Awalnya, informan merasa kurang percaya diri karena perbedaan penampilan dengan keluarganya. Namun, setelah mengikuti konten Julia, Julia mulai mempercayai kemampuannya sendiri untuk mengatasi perasaan *insecure* yang dulu mengganggunya. Informan mengambil keputusan mandiri untuk membuat konten, bergabung dengan komunitas kecantikan, dan mengikuti kegiatan *volunteer* tanpa bergantung pada pendapat orang lain, menunjukkan keyakinan yang kuat pada keputusan yang diambil. Selain itu, ia mengembangkan konsep diri yang positif dengan menerima dan menghargai dirinya sendiri, yang membantunya melihat kualitas dirinya dengan cara yang lebih baik. Ia juga menunjukkan keberanian untuk berpendapat dengan

membagikan pengalaman dan motivasinya melalui Instagram *Story*, tanpa merasa tertekan. Semua langkah ini mencerminkan peningkatan kepercayaan diri informan yang mendalam dan keberanian baru dalam menghadapi berbagai situasi serta membagikan perubahan positif yang dirasakannya dengan orang lain.

Keberadaan dampak peningkatan kepercayaan diri akibat konten-konten di TikTok juga terdapat dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ayuni, dkk (2023). Dalam penelitian ini menemukan peningkatan kepercayaan diri para pengikut TikTok Reizuka Ari, yang berasal dari konten vlog Reizuka Ari, “A Day In My life”. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang telah peneliti lakukan tentang dampak konten-konten TikTok @juliarimbaa terhadap peningkatan kepercayaan diri perempuan.

Dalam konteks pernyataan beberapa informan, peningkatan kepercayaan diri mereka dapat dianalisis melalui konsep habitus dan modal dari Bourdieu. Bourdieu (1990) habitus, sebagai konstruksi mental yang terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi dengan lingkungan sosial, terlihat jelas dalam cara para informan mengembangkan kepercayaan diri mereka. Informan yang awalnya merasa *insecure* karena perbedaan penampilan dengan keluarganya, mulai menginternalisasi pengetahuan dan motivasi dari konten Julia, yang membantunya memperbaiki pandangan diri dan memperkuat keyakinannya. Informan juga mengalami peningkatan kepercayaan diri setelah mengikuti akun Julia yang memberikan tips mekap dan *personal color*, sehingga ia merasa lebih percaya diri dengan warna kulitnya.

Modal sosial, yang mencakup dukungan dan nilai-nilai dari komunitas atau jaringan sosial, memainkan peran penting dalam perubahan ini. Para informan memanfaatkan modal sosial mereka dengan berpartisipasi aktif dalam komunitas kecantikan, mendapatkan dukungan dari orang lain, dan berbagi pengalaman serta motivasi yang mereka dapatkan. Informan membagikan konten Julia kepada temantemannya untuk membantu mereka merasa lebih percaya diri, sementara informan merasa terhubung dengan komunitas yang mendukung kepercayaannya. Selain itu, modal ekonomi dan budaya, seperti kemampuan mereka untuk berinvestasi dalam produk kecantikan dan pengetahuan pribadi tentang kepercayaan diri, juga berkontribusi pada peningkatan kepercayaan diri mereka. Dengan menggabungkan semua elemen ini, para informan berhasil mengatasi rasa *insecure* dan menjadi lebih berani mengekspresikan diri mereka di depan umum.

2. Perubahan Pola Pikir

Menurut Mulyadi (2007), *mindset* adalah sikap mental yang telah terbentuk dan mapan melalui pendidikan, pengalaman, dan prasangka. Pola pikir atau *mindset* ini mencerminkan cara kita menilai dan menarik kesimpulan tentang sesuatu berdasarkan sudut pandang tertentu atau cara kita berpikir mengenai hal yang ada. Sedangkan menurut Budiman (2011), pola pikir atau *mindset* adalah sekumpulan keyakinan atau cara pandang yang memengaruhi perilaku dan sikap seseorang, yang pada akhirnya akan menentukan tingkat keberhasilan dan masa depannya. Dari kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pola pikir atau *mindset* adalah sikap mental yang terbentuk melalui pendidikan, pengalaman, dan keyakinan yang memengaruhi cara seseorang menilai, berpikir, dan bertindak. *Mindset* ini memainkan peran penting dalam membentuk perilaku, sikap, dan pada akhirnya menentukan tingkat keberhasilan dan masa depan seseorang.

Hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan C menemukan adanya dampak perubahan pola pikir yang disebabkan oleh konten akun TikTok @juliarimbaa, hal ini dijelaskan oleh informan sebagai berikut.

“Dulu, setiap kali ada yang ngebully atau komentar jelek tentang penampilanku, aku selalu merasa kecil dan tidak berharga. Tapi seiring waktu, aku mulai mengganti pola pikirku. Aku mulai melihat kekurangan sebagai bagian dari diri yang unik, bukan sebagai alasan untuk merasa minder. Sekarang, aku lebih fokus pada hal-hal positif dalam diriku dan belajar menghargai diri sendiri, meskipun belum sempurna. Perubahan pola pikir ini bikin aku merasa lebih kuat dan lebih percaya diri dalam menghadapi dunia.” (Wawancara informan C, 28 Juli 2024)

Sebagaimana hasil wawancara di atas, maka dapat dipahami terdapat perubahan pola pikir yang dialami dalam wawancara tersebut memperlihatkan pergeseran signifikan dari pola pikir negatif menuju pola pikir yang lebih positif dan memberdayakan. Pada awalnya, individu ini merespons komentar negatif dan *bullying* dengan merasa kecil, tidak berharga, dan terfokus pada kekurangan dirinya. Ini menunjukkan pola pikir tetap (*fixed mindset*) yang membentuk kemampuan yang tetap dan pola pikir berkembang (*growth mindset*) membuat kemampuan berkembang (Suryanti, 2020). Pola pikir tetap dapat dilihat dari cara meyakini bahwa kekurangan adalah bagian yang tidak bisa diubah, sehingga setiap kritikan atau ejekan membuatnya merasa lebih minder. Namun, seiring berjalannya waktu, terjadi perubahan dalam cara ia memandang dirinya sendiri. Ia mulai melihat kekurangan sebagai bagian dari keunikan, bukan alasan untuk merasa minder. Ini mencerminkan peralihan ke pola pikir berkembang (*growth mindset*), di mana ia mulai memandang dirinya secara lebih positif dan menghargai kekuatan yang dimilikinya.

Temuan serupa mengenai perubahan pola pikir juga ditemukan pada informan D, sebagaimana yang dijelaskan informan dalam sesi wawancara.

“Sebelum aku ngikutin konten kak Julia, aku melihat cermin, yang terpikir cuma kekurangan-kekuranganku, terutama soal berat badan dan warna kulit. Aku merasa tidak bisa sebaik orang lain dan sering minder. Tapi setelah mengikuti konten Kak Julia, pola pikirku mulai berubah. Aku sadar kalau kekurangan bukan alasan untuk merasa rendah diri, justru itu yang bikin aku unik. Sekarang, aku fokus pada hal-hal positif dalam diriku dan menggunakan makeup untuk menonjolkan kecantikan yang sesuai dengan warna kulitku. Aku jadi lebih percaya diri, karena aku tahu setiap orang punya cara sendiri untuk terlihat cantik, termasuk aku”. (Wawancara informan D, 28 Juli 2024)

Jika merujuk pernyataan Informan D di atas maka dapat dilihat, informan awalnya menghadapi masalah kepercayaan diri terkait berat badan, yang mencerminkan pola pikir tetap. Menurut Dweek, Pola pikir tetap menganggap bahwa kualitas seperti inteligensi, bakat, dan karakter seseorang ditentukan oleh faktor keturunan dan tidak dapat diubah. Ciri-cirinya termasuk keyakinan bahwa kualitas tersebut tetap, menghindari tantangan, mudah menyerah, menganggap usaha tidak berguna, mengabaikan kritik, dan merasa terancam oleh kesuksesan orang lain (Noviyanti dkk, 2022). Informan mungkin merasa terjebak dalam pandangan bahwa penampilannya adalah sesuatu yang permanen dan sulit untuk diterima.

Namun, setelah mengikuti konten Julia sejak Januari, pola pikirnya mulai berubah. Julia memberikan banyak tips tentang kepercayaan diri dan kecantikan, termasuk *personal color* yang sangat cocok untuk kulit gelap dengan *cool undertone*, yang jarang ditemui oleh informan di kreator konten lain. Melalui pengetahuan tersebut, Informan mulai mengembangkan pola pikir berkembang. Pola pikir berkembang percaya bahwa kualitas dasar seseorang dapat berkembang melalui upaya dan pengalaman. Orang dengan pola pikir ini cenderung menerima tantangan dengan antusias, melihat kegagalan sebagai kesempatan untuk belajar, menghargai usaha, belajar dari kritik, dan mendapatkan inspirasi dari kesuksesan orang lain. Dengan demikian, pola pikir berkembang mendukung pertumbuhan pribadi yang berkelanjutan dan respons positif terhadap berbagai situasi (Noviyanti dkk, 2022). Informan belajar melihat potensi dirinya dan menemukan cara untuk memaksimalkan kecantikannya. Ia tidak lagi merasa minder dengan kulitnya, melainkan menggunakan mekap untuk memperkuat kepercayaan diri dan mengekspresikan diri secara lebih baik. Peningkatan kepercayaan diri juga terlihat dalam kemampuannya bermain dengan warna mekap yang sesuai dengan karakteristik kulitnya, sehingga ia merasa lebih cantik dan berani.

Selain informan C dan informan D, informan E juga menyatakan bahwa dirinya telah merasakan dampak perubahan pola pikir dari menonton video-video Julia. Hal ini informan sampaikan dalam sesi wawancara.

“Dulu, aku sering merasa minder karena perbedaan penampilan antara diriku dan keluarga, plus perubahan warna kulitku saat puberty. Aku dulu berpikir kalau kekurangan ini adalah sesuatu yang gak bisa diubah dan bikin aku merasa kurang. Tapi setelah aku mulai ikutin akun TikTok Kak Julia, pandanganku mulai berubah. Videovideo tentang kepercayaan diri dan motivasi dari Kak Julia bikin aku sadar kalau kekurangan itu bukan sesuatu yang harus ditakuti, melainkan bagian dari keunikan diriku. Aku jadi percaya kalau dengan usaha, aku bisa berkembang dan lebih baik. Sekarang, aku lebih fokus pada potensi diriku dan berani coba hal-hal baru, kayak bikin konten dan bergabung dengan komunitas kecantikan. Perubahan pola pikir ini bikin aku jadi lebih percaya diri dan siap menghadapi berbagai kesempatan baru.”
(Wawancara informan E, 29 Juli 2024)

Perubahan pola pikir informan E dapat dilihat sebagai transisi signifikan dari pola pikir tetap (*fixed mindset*) ke pola pikir berkembang (*growth mindset*) (Noviyanti dkk, 2022). Awalnya, informan merasa kekurangan fisik seperti perbedaan penampilan dan perubahan warna kulit adalah hal-hal tetap yang tidak bisa diubah, membuatnya merasa minder dan kurang percaya diri. Namun, setelah mengikuti konten Julia, informan mulai mengadopsi pandangan yang lebih positif. Informan mulai melihat kekurangan sebagai bagian dari keunikan diri yang dapat diterima dan dikembangkan. Dengan memahami bahwa usaha dan penerimaan diri dapat mengubah cara pandang dan meningkatkan kepercayaan diri dan mulai fokus pada potensi dan kemampuan yang dimilikinya. Informan menjadi lebih terbuka terhadap peluang baru, seperti membuat konten dan bergabung dengan komunitas kecantikan, serta lebih percaya diri dalam menghadapi berbagai kesempatan. Perubahan ini menunjukkan pergeseran dari penilaian negatif terhadap diri sendiri menuju keyakinan yang lebih kuat tentang kemampuan untuk tumbuh dan berkembang.

Keberadaan dampak perubahan pola pikir akibat penggunaan aplikasi TikTok terdapat pada penelitian sebelumnya, sebagaimana hasil penelitian dari Sinaga (2023). Dalam penelitian ini menemukan adanya perubahan pola pikir masyarakat Silau Bayu, perubahan ini membuat masyarakat lebih terbuka pandangannya terhadap pengetahuan dan informasi. Masyarakat juga menjadi lebih kritis dikarenakan keberagaman kontenkonten yang ada di TikTok.

Pernyataan informan tentang perubahan pola pikir yang dialami sebagai dampak dari konten-konten TikTok Julia dapat dianalisa dengan konsep habitus dan modal dari teori praktik sosial. Menurut Bourdieu, habitus adalah struktur mental yang terbentuk dari pengalaman masa lalu, lingkungan sosial, dan kebiasaan yang kemudian

mempengaruhi cara individu berpikir dan bertindak (Alicia & Wicandra, 2018). Dalam konteks informan yang telah diwawancarai, habitus para informan pada awalnya dibentuk oleh pengalaman sosial yang menekan para informan, baik karena perubahan fisik (seperti kulit yang berubah warna) maupun perbandingan sosial (penampilan yang berbeda dengan keluarga atau orang di sekitar informan). Habitus awal adalah pola pikir tetap (*fixed mindset*), dimana informan merasa kekurangan dan kurang percaya diri.

Namun, melalui konten yang memberikan motivasi dan panduan tentang kepercayaan diri, seperti konten dari Julia, habitus informan mulai bergeser. Informan mulai mengadopsi pola pikir berkembang (*growth mindset*), yang memberikan pandangan bahwa kekurangan atau perbedaan fisik bisa diterima dan bahkan menjadi sumber kekuatan. Perubahan habitus ini juga terjadi karena mereka mulai menginternalisasi norma-norma baru tentang kepercayaan diri, kecantikan, dan penerimaan diri.

Bourdieu menjelaskan bahwa individu memanfaatkan berbagai bentuk modal dalam tindakan sosial mereka, termasuk modal sosial yakni, jaringan dan hubungan dan modal budaya, berupa pengetahuan, keterampilan, dan pendidikan (Alicia & Wicandra, 2018). Dalam wawancara para informan, modal sosial terlihat ketika informan mendapatkan dukungan dan inspirasi dari konten-konten Julia. Jaringan sosial melalui media sosial ini menjadi sumber kekuatan bagi informan untuk meningkatkan kepercayaan diri. Modal budaya informan juga meningkat seiring dengan informasi dan pemahaman yang mereka peroleh tentang kecantikan, *personal color*, mekap untuk kulit gelap, dan konsep penerimaan diri. Pengetahuan ini, yang sebelumnya mungkin tidak mereka miliki, sekarang menjadi modal yang membantu informan merasa lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri. Informan D, misalnya, mendapatkan pemahaman tentang *personal color* yang cocok dengan kulitnya, yang memperkuat kepercayaan dirinya saat menggunakan mekap.

B. Dampak Perilaku

Dampak perilaku merupakan dampak yang disebabkan oleh konten-konten yang dikonsumsi netizen pada aplikasi TikTok. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Andini (2021), menemukan adanya dampak terhadap perilaku remaja. Dalam penelitian ini memaparkan intensitas penggunaan aplikasi TikTok memberikan perilaku imitasi pada siswa dan memiliki pengaruh yang sedang. Dampak perilaku mengacu pada perubahan yang terjadi dalam tindakan atau kebiasaan seseorang sebagai akibat dari suatu

intervensi, pengalaman, atau pengaruh tertentu. Dalam penelitian ini mendapatkan hasil yang menunjukkan para informan mendapatkan dampak perilaku yang cenderung positif, yang disebabkan oleh konten-konten Julia. Bentuk dari dampak perilaku para informan berupa perubahan kemampuan bersosialisasi dan membentuk kebiasaan baru.

1. Kemampuan Bersosialisasi

Menurut Chaplin (2007), kemampuan bersosialisasi adalah kemampuan individu dalam mempelajari kebiasaan budaya di lingkungan tertentu. Sementara itu, Sarlito (2008) menjelaskan bahwa kemampuan bersosialisasi merupakan perilaku yang dipelajari individu untuk digunakan dalam situasi interpersonal di lingkungannya. Kemampuan ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, membantu seseorang beradaptasi dengan standar dan harapan masyarakat yang sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Berdasarkan dua pendapat sebelumnya maka dapat disimpulkan, kemampuan bersosialisasi merupakan keterampilan yang memungkinkan individu untuk memahami dan mengikuti norma-norma sosial di lingkungannya, sehingga dapat berinteraksi dengan baik dan menyesuaikan diri dengan harapan masyarakat.

Pengalaman sosial yang negatif merupakan sebuah penghambat kemampuan bersosialisasi pada informan yang ditemukan peneliti, pengalaman sosial yang negatif mengacu pada situasi dimana seseorang mengalami interaksi yang tidak menyenangkan atau menyakitkan dalam konteks sosial, seperti penolakan, penghinaan, atau diejek. Pengalaman-pengalaman ini dapat membentuk persepsi negatif terhadap bersosialisasi dan membuat individu ragu untuk terlibat dalam interaksi sosial di masa depan. Trauma dari pengalaman tersebut bisa menyebabkan kecemasan sosial atau bahkan isolasi diri sebagai cara untuk menghindari rasa sakit emosional yang pernah dialami.

Bandura (1977) dalam teori pembelajaran sosial, dimana pengalaman buruk atau negatif dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam situasi serupa di kemudian hari. Dalam hal interaksi sosial, pengalaman negatif dapat menghambat perkembangan keterampilan sosial seseorang karena mereka mungkin menjadi takut atau cemas untuk terlibat dalam situasi sosial lainnya.

Dalam sesi wawancara, informan memberikan keterangan bahwa, informan telah mengalami perubahan kemampuan bersosialisasi akibat pengalaman sosial yang buruk dan berhasil membaik dikarenakan menonton video-video Julia yang mengajarkan bagaimana bersikap di tempat umum. Pernyataan tersebut disampaikan informan C sebagai berikut.

“Sejak SD, aku sering dibully tentang fisikku, yang semakin parah saat MTS setelah aku mengalami kecelakaan. Bullying membuatku trauma dan takut pergi ke sekolah, hingga membuatku menjauh dari interaksi sosial. Namun, setelah menonton videovideo dari kak Julia Rimba tentang tips bersikap di depan umum, aku mulai merasa lebih percaya diri. Video-video tersebut membantu aku belajar cara berperilaku dengan lebih baik, sehingga perlahan-lahan aku bisa bersosialisasi lagi tanpa rasa takut.” (Wawancara informan C, 28 Juli 2024)

Pengalaman *bullying* mengenai fisik yang dialami informan sejak SD, tindakan *bullying* tersebut semakin parah ketika informan mengalami kecelakaan saat MTS. Pengalaman *bullying* yang intens membuatnya trauma dan takut pergi ke sekolah, sehingga menjauh dari interaksi sosial. Namun, perubahan mulai terjadi ketika informan menonton video-video dari Julia yang memberikan tips tentang cara bersikap di depan umum. Video-video tersebut memberikan informan kepercayaan diri dan membantu dia belajar cara berperilaku dengan lebih baik. Akibatnya, informan perlahan-lahan mulai bisa bersosialisasi lagi tanpa rasa takut, berkat dukungan dan motivasi dari Julia.

Temuan serupa mengenai perubahan kemampuan bersosialisasi juga ditemukan pada informan F, sebagaimana yang disampaikan dalam wawancara. Berikut adalah pernyataan informan F:

Berikut adalah ungkapan langsung dengan penekanan lebih pada perubahan kemampuan bersosialisasi:

“Dulu pas SMK, aku sering banget dibully karena rambutku yang keriting dan mengembang. Rasanya bikin aku jadi minder dan nggak pede banget buat bersosialisasi. Aku sampai takut bergaul karena selalu merasa orang-orang bakal menilai aku dari penampilanku aja. Tapi semuanya mulai berubah sejak aku nonton video-video kak Julia Rimba. Nggak cuma tips percaya diri, tapi juga tips perawatan rambut. Dari situ, aku mulai belajar merawat rambutku biar kelihatan lebih rapi, dan itu bikin aku jadi lebih pede. Kak Julia juga sering kasih saran soal cara bersikap di depan umum, dan itu bantu aku banget. Sekarang, aku udah nggak terlalu takut lagi buat berinteraksi sama orang lain. Aku jadi lebih berani buat ngomong, lebih santai, dan bisa nikmatin waktu sama teman-teman tanpa mikirin omongan orang.”. (Wawancara informan F, 28 Juli 2024)

Ungkapan ini menggambarkan perubahan signifikan dalam kemampuan bersosialisasi yang dialami setelah menonton video Julia. Sebelumnya, informan sering mengalami *bullying* di SMK karena memiliki rambut yang keriting dan mengembang. Hal ini membuatnya sangat minder dan takut untuk bergaul, karena merasa orang-orang hanya akan menilai penampilannya. Ketidakpercayaan diri ini menyebabkan informan menghindari interaksi sosial. Namun, semuanya mulai berubah setelah menemukan video-video Julia. Video yang berisi tips perawatan rambut dan cara bersikap di depan

umum membantunya belajar merawat rambutnya sehingga terlihat lebih rapi, yang kemudian meningkatkan rasa percaya dirinya. Selain itu, Julia memberikan banyak saran tentang bagaimana menghadapi situasi sosial dengan lebih percaya diri. Maka dari itu informan, kini merasa lebih berani dan santai ketika berbicara dengan orang lain. Informan mulai menikmati hubungan sosial tanpa khawatir terhadap penilaian negatif, menunjukkan peningkatan yang jelas dalam kemampuan bersosialisasi.

Temuan peneliti tentang konten-konten di TikTok yang memiliki dampak bagi perubahan kemampuan bersosialisasi di atas, dapat diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Rakhmaniar (2024). Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, penggunaan media sosial termasuk frekuensi, durasi, jenis, dan tujuan penggunaannya memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keterampilan komunikasi interpersonal pada remaja di Kota Bandung. Frekuensi penggunaan media sosial memiliki pengaruh terbesar, diikuti oleh durasi, jenis, dan tujuan penggunaan. Model regresi menjelaskan 57,2% variabilitas dalam keterampilan komunikasi interpersonal, menandakan peran penting media sosial dalam pengembangan keterampilan sosial.

Konten media sosial yang berfokus pada motivasi dan kepercayaan diri dapat memperkuat dampak positif ini. Misalnya, video motivasi dan konten yang membangun kepercayaan diri di platform seperti TikTok dapat membantu seseorang merasa lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain. Konten-konten ini sering kali memberikan dorongan emosional dan teknik untuk meningkatkan harga diri, yang dapat mempermudah seseorang untuk kembali berinteraksi dan bersosialisasi dengan lingkungannya. Dengan meningkatkan kepercayaan diri, individu menjadi lebih nyaman dalam berkomunikasi, baik secara *online* maupun *offline*. Oleh karena itu, selain interaksi yang sering dan durasi penggunaan yang lama, jenis konten yang menginspirasi dan memotivasi juga berperan dalam meningkatkan kemampuan bersosialisasi seseorang, membantu mereka merasa lebih diterima dan mampu dalam konteks sosial informan.

Dalam pandangan teori praktik sosial Pierre Bourdieu, konsep habitus menggambarkan bagaimana individu membentuk pola pikir dan perilaku mereka berdasarkan pengalaman sosial mereka. Menurut Bourdieu, habitus adalah semacam struktur mental atau kognitif yang membentuk cara seseorang bertindak dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Ritzer, dalam karya Krisdinanto (2014), menjelaskan bahwa habitus ini memberikan kerangka atau panduan bagi individu dalam menghadapi situasi sosial. Artinya, habitus mempengaruhi bagaimana seseorang berpikir, berbicara, dan bertindak di berbagai konteks sosial, karena individu telah

terbiasa dengan pola-pola tertentu sejak kecil melalui pengalaman individu dalam keluarga, pendidikan, dan interaksi sosial lainnya. Dengan kata lain, habitus membantu seseorang menavigasi kehidupan sosial secara otomatis, tanpa perlu memikirkan setiap tindakan secara mendalam.

Berdasarkan wawancara dengan informan, perubahan kemampuan bersosialisasi yang dialami dapat dianalisis menggunakan konsep habitus dari Pierre Bourdieu, yaitu struktur mental atau kognitif yang terbentuk oleh pengalaman sosial seseorang. Dalam kasus ini, pengalaman buruk berupa *bullying* yang dialami informan sejak SD dan SMK menjadi faktor utama yang membentuk habitus individu. Pengalaman tersebut menciptakan struktur mental negatif, di mana keduanya merasa tidak percaya diri, takut bersosialisasi, dan akhirnya menarik diri dari interaksi sosial karena khawatir akan penilaian orang lain terhadap penampilan fisik seorang individu. Menurut Bourdieu, lingkungan sosial yang memberikan tekanan negatif tersebut menghasilkan pola pikir dan perilaku yang membuat informan merasa takut dan tidak nyaman dalam interaksi sosial.

Namun, setelah menemukan konten dari Julia yang berfokus pada kepercayaan diri dan tips bersikap di depan umum, habitus mereka mulai berubah. Julia berperan sebagai agen sosial yang memengaruhi struktur mental informan, memberikan mereka panduan dan motivasi yang menghasilkan pola pikir baru yang lebih positif. Konten-konten seperti tips perawatan rambut dan cara bersikap di depan umum membantu mengubah pandangan mereka terhadap diri sendiri, sehingga perlahan-lahan mereka menjadi lebih percaya diri dan berani menghadapi situasi sosial. Transformasi habitus ini menunjukkan bahwa struktur mental yang sebelumnya dibentuk oleh trauma *bullying* mulai digantikan oleh struktur mental baru yang lebih positif, yang memungkinkan mereka untuk merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam bersosialisasi. Hasilnya, kemampuan bersosialisasi mereka meningkat secara signifikan, dan mereka menjadi lebih santai serta berani dalam interaksi sosial tanpa terlalu khawatir akan penilaian negatif dari orang lain. Analisis ini menunjukkan bahwa media sosial, melalui konten motivasi, dapat menjadi alat efektif dalam mengubah pola pikir dan meningkatkan keterampilan sosial seseorang.

2. Membentuk Kebiasaan Baru

Video-video di akun TikTok @juliarimbaa pada dasarnya dibuat untuk membantu para perempuan keluar dari rasa tidak percaya diri yang dialami para perempuan. Rasa ketidakpercayaan diri ini, sering kali terjadi akibat perilaku atau

tindakan yang kurang bermanfaat atau produktif yang dilakukan para perempuan. Pembentukan kebiasaan baru untuk mengatasi perilaku yang tidak produktif dan memperbaiki rasa percaya diri didukung oleh berbagai penelitian. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Lally dkk (2010) yang mana penelitian tersebut menemukan bahwa rata-rata waktu yang dibutuhkan seseorang untuk membentuk kebiasaan baru adalah sekitar 66 hari. Hasil ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku, seperti mengganti kebiasaan kurang produktif dengan aktivitas yang lebih bermanfaat, tidak bisa dilakukan secara instan, melainkan memerlukan konsistensi dan repetisi. Melalui video tips-tips kecantikan, kesehatan, kepedean, Julia berupaya untuk memberikan pengaruh pada para netizen, untuk melakukan kebiasaan baru yang lebih produktif guna membentuk kepercayaan diri para netizen.

Kebiasaan baru yang terbentuk dikarenakan video-video yang ditonton oleh Informan, telah dijelaskan oleh informan F dalam sesi wawancara, sebagai berikut.

"Sebelum kak Julia berhijab, dulu sempat ada konten tentang tips merawat rambut keriting dan bagaimana harus percaya diri dengan rambut alami. Karena konten itu aku jadi lebih menerima rambut keritingku. Biasanya aku selalu merasa kurang pede dan sering meluruskan rambut, tapi sekarang aku malah fokus merawat rambutku dengan cara yang benar. Aku mulai pakai produk yang sesuai, rutin *deep conditioning*, dan nggak takut lagi tampil dengan rambut asliku di depan umum. Rasanya jauh lebih nyaman dan percaya diri, apalagi setelah tau rambut keritingku bisa tetap terlihat sehat dan cantik kalau dirawat dengan baik." (Wawancara informan F, 28 Juli 2024)

Berdasarkan pernyataan dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan telah muncul sebuah kebiasaan baru yang timbul akibat menonton video dari akun @juliarimbaa. Kebiasaan yang terjadi setelah menonton video Julia menunjukkan adanya pergeseran dari rasa tidak percaya diri terhadap rambut keriting, menjadi penerimaan dan bahkan kebanggaan terhadap penampilan alami. Sebelumnya, individu tersebut cenderung menghindari menampilkan rambut keritingnya dengan meluruskannya secara rutin. Namun, setelah mendapatkan tips perawatan dan dorongan untuk lebih percaya diri dari video Julia, dia mulai mengadopsi kebiasaan baru dalam merawat rambutnya. Hal ini terlihat dari upaya yang lebih fokus pada perawatan rambut keriting, seperti menggunakan produk yang sesuai dan melakukan *deep conditioning* secara rutin.

Hal yang sama juga ditemukan dalam sesi wawancara informan, Informan D mengungkapkan bahwa kebiasaan baru muncul akibat menonton konten-konten dari TikTok @juliarimbaa. Berikut adalah pernyataan dari informan D.

“Kalau soal kebiasaan baru ya, aku jadi tau cara memilih warna makeup dan pakaian yang sesuai dengan *undertone*, aku jadi lebih paham warna-warna yang bikin kulitku terlihat lebih cerah. Dulu aku asal pilih aja, tapi sekarang aku mulai memperhatikan *undertone* kulitku. Sekarang aku lebih sering pakai makeup dan pakaian dengan warna-warna warm karena ternyata cocok banget sama *undertone*. Rasanya jadi lebih pede pas mix and match outfit dan makeup, apalagi kalau mau pergi ke acara penting. Aku nggak ragu lagi milih warna baju karena sekarang aku udah ngerti *undertone*, jadi nggak takut salah pilih warna yang bikin penampilanku jadi kusam.” (Wawancara informan D, 28 Juli 2024)

Sebagaimana yang telah disampaikan informan D, perubahan kebiasaan yang terjadi setelah menonton video Julia menunjukkan transisi signifikan dalam cara individu memilih warna makeup dan pakaian. Sebelumnya, individu tersebut mungkin memilih warna secara sembarangan tanpa mempertimbangkan *undertone* kulitnya, yang sering kali membuat penampilannya kurang maksimal. Namun, setelah mendapatkan informasi tentang pemilihan warna yang sesuai dengan *undertone*, ia mulai mengadopsi pendekatan yang lebih terarah dan. Dengan memahami *undertone* kulitnya, informan sekarang lebih percaya diri dalam memilih warna-warna yang cocok, seperti warna-warna *warm* yang menonjolkan keindahan kulitnya. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan penampilannya secara visual, tetapi juga menghilangkan rasa takut dan ketidakpastian dalam memilih warna baju.

Temuan mengenai kebiasaan baru yang muncul pada para informan, yang disebabkan konten-konten akun @juliarimba juga ditemukan pada informan C. Hal ini disampaikan informan dalam sesi wawancara, berikut ini adalah pernyataan dari informan:

“Kalau sebelum menonton tentang tips memilih warna yang tepat untuk diri kita sendiri, aku ada perubahan kebiasaannya. jadi gini, dulu aku cuma pede pakai baju dan jilbab hitam karena ngerasa kulitku bakal kelihatan lebih cerah. Tapi sekarang, lemari bajuku udah penuh warna-warni karena seneng banget coba-coba warna lain.” (Wawancara informan C, 15 September 2024)

Pernyataan di atas menunjukkan munculnya kebiasaan baru dalam memakai pakaian . Pemilihan pakaian warna-warni menunjukkan perubahan besar dalam cara memandang dan mengekspresikan dirinya. Sebelumnya, informan hanya memakai pakaian hitam karena merasa itu adalah satu-satunya warna yang membuat kulitnya terlihat lebih cerah dan membuatnya merasa nyaman. Namun, setelah mendapat inspirasi dari video Julia, informan menjadi lebih percaya diri untuk mencoba berbagai warna. Saat ini informan dengan senang hati memilih pakaian dengan warna-warna yang berbeda dan berani. Kebiasaan ini menunjukkan bahwa informan tidak lagi takut

menampilkan diri dengan cara yang lebih bervariasi dan tidak terpaku pada satu pilihan saja. Eksplorasi warna ini tidak hanya memperkaya penampilannya tetapi juga membantu informan mengekspresikan suasana hati dan kepribadiannya melalui pakaian. Dengan berani memakai warna-warna cerah dan beragam, informan menunjukkan bahwa ia lebih menerima dirinya dan siap tampil lebih percaya diri di depan orang lain.

Temuan peneliti tentang munculnya kebiasaan baru akibat penggunaan media sosial yang di dalamnya terdapat konten-konten kepercayaan diri khususnya TikTok, penelitian ini dapat diperkuat dengan temuan dari hasil penelitian oleh Aryo dan Vita (2023) dalam penelitian tersebut menemukan adanya dampak kemunculan kebiasaan baru akibat penggunaan media sosial terhadap identitas diri setelah pandemi Covid-19. Kebiasaan ini memunculkan pembentukan identitas baru dalam memproduksi konten untuk mengenalkan diri kepada pengikutnya sehingga kebiasaan ini bisa di katakana seperti kecanduan, dari kecanduan ini memunculkan kebiasaan bentuk interaksi secara komunikasi memunculkan komunikasi teks beserta perkembangannya dalam bentuk digital. Secara ikatan sosial untuk bertatap muka menjadilebih rengang akan tetapi di dalam internet menjadi dekat sehingga memunculkan kebiasaan baru yang disebut budaya virtual.

Dalam teori praktik sosial Pierre Bourdieu, pembentukan kebiasaan baru dapat dipahami melalui konsep habitus. Habitus adalah struktur subjektif yang berkembang dari pengalaman individu dalam berinteraksi dengan orang lain dalam konteks struktur sosial yang ada (Mustikasari dkk, 2023). Sebagai sistem disposisi, habitus menghasilkan perbedaan dalam gaya hidup dan praktik, tergantung pada pengalaman dan proses internalisasi individu saat berinteraksi dengan agen lain dan struktur objektif (Karnanta, 2013).

Dalam konteks kebiasaan baru yang muncul dari konten tentang kepercayaan diri, habitus individu dapat dipengaruhi oleh konten motivasi dan pengembangan diri yang mereka konsumsi. Misalnya, dengan mengikuti konten yang berfokus pada kepercayaan diri, individu diperkenalkan pada norma dan nilai baru yang bertujuan meningkatkan rasa percaya diri dan mengatasi ketidaknyamanan pribadi. Seperti informan yang melakukan perawatan pada rambut keriting yang ia miliki, untuk menghargai apa yang ada pada dirinya, tips yang ia dapatkan dari konten Julia merupakan sebuah pengalaman dan internalisasi individu saat berinteraksi dengan agen lain. Konten ini menyediakan dukungan terstruktur berupa tips, tantangan, dan pesan motivasi yang diinternalisasikan oleh individu dan mengarah pada perubahan habitus mereka. Hasil observasi dan

wawancara menunjukkan bahwa individu yang terpengaruh oleh konten kepercayaan diri sering kali mengembangkan kebiasaan baru serupa, seperti rutinitas latihan *self-care*, menjauhi aktivitas yang merendahkan diri.

C. Dampak Ekonomi

Dampak ekonomi merupakan sebuah dampak yang peneliti temukan pada informan yang mengkonsumsi konten kepercayaan diri (konten inspirasi), konten ini berfokus pada cara meningkatkan nilai seorang individu. Peningkatan nilai diri individu dalam konten ini dikemas dalam tips-tips belajar bahasa, tips menabung, tips membangun sebuah usaha dll. Pada penelitian ini menemukan adanya dampak ekonomi pada informan, yakni kegiatan kewirausahaan dan menjadi seorang *beutycreator*.

1. Kegiatan Kewirausahaan

Kegiatan kewirausahaan adalah proses dinamis yang bertujuan untuk menciptakan tambahan kemakmuran. Individu wirausaha memainkan peran utama dalam menciptakan kemakmuran ini dengan mengambil risiko, menginvestasikan waktu, dan menyediakan berbagai produk serta layanan (Alma, 2011).

Kegiatan kewirausahaan merupakan dampak yang peneliti dapatkan dari proses penggalian data dalam melihat bagaimana dampak yang dihasilkan oleh kontenkonten kepercayaan diri milik akun TikTok @juliarimbaa. Dalam sesi wawancara informan F memberikan penjelasannya mengenai kegiatan kewirausahaan berupa membangun usaha yang berasal dari motivasi saat menonton konten kepercayaan diri Julia (konten inspirasi). Sebagaimana yang disampaikan informan sebagai berikut:

“ Kak Julia pernah nyampein kalau kita mau *glow up* biar bisa lebih percaya diri, memang kan butuh modal, jadi kak Julia itu pernah buat konten tentang gimana cara kita untuk membangun usaha. Saya juga sadar kalau semisal mau *glow up* biar percaya diri butuh uang. Karena kebetulan kak Julia ngomong gitu dan dia juga bikin konten tentang tips membangun usaha, ya saya iseng nyoba-nyoba buat open po kimbab, supaya nambah uang buat beli haircare untuk rambut saya. Konten tentang tips membangun usaha cukup memotivasi untuk memulai usaha. Konten itu memberikan berbagai tips praktis tentang cara membangun dan mengelola bisnis, mulai dari perencanaan hingga strategi pemasaran. Hasil pendapatan dari jualan kimbab cukuplah untuk nambah-nambah uang jajan beli *haircare*.” (Wawancara informan F, 2 September 2024)

Pernyataan di atas dapat dipahami bahwa adanya dorongan setelah menonton konten inspirasi dari Julia tentang cara *glow up* dan meningkatkan kepercayaan diri, pengguna merasa sangat termotivasi untuk memulai usaha dikarenakan Julia menekankan pentingnya modal untuk mencapai tujuan tersebut, yang membuat

pengguna sadar bahwa mereka perlu mencari cara mendapatkan uang tambahan. Untuk itu, informan memutuskan untuk membuka *pre-order* kimbab sebagai usaha sampingan. Konten Julia yang memberikan berbagai tips praktis tentang membangun dan mengelola bisnis sangat membantu dan memotivasi informan dalam merencanakan serta menjalankan usaha ini. Hasil dari penjualan kimbab terbukti cukup untuk menambah uang jajan yang dibutuhkan untuk membeli produk perawatan rambut, sehingga usaha kecil ini tidak hanya memberikan tambahan penghasilan, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan pribadi pengguna.

Temuan mengenai dampak timbulnya keinginan untuk melakukan kegiatan kewirausahaan akibat penggunaan media sosial, yang dalam hal ini adalah penggunaan aplikasi adalah TikTok. Dalam penelitian yang telah dilakukan peneliti menemukan adanya faktor motivasi akibat konten inspirasi dari Julia mengenai tips membangun usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sahaban (2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting sebagai sumber inspirasi, alat pemasaran, dan jaringan komunitas yang mendukung kewirausahaan. Teknologi digital mempermudah akses ke sumber daya, mendorong inovasi, dan membantu dalam pengembangan keterampilan bisnis. Selain itu, faktor-faktor seperti motivasi pribadi, dukungan dari lingkungan, dan tantangan yang dihadapi juga mempengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Dalam perspektif Bourdieu, tindakan informan F dapat dianalisis melalui teori praktik yang melibatkan 2 konsep utama yakni modal, dan arena. Konsep ini membantu menjelaskan bagaimana individu menavigasi struktur sosial dan mengambil tindakan yang didorong oleh pengalaman serta motivasi pribadi.

Dalam konteks ini, modal ekonomi dan modal budaya sangat relevan. Bourdieu (1986) menyatakan bahwa modal ekonomi adalah modal yang dapat dengan cepat diubah menjadi uang dan diwujudkan dalam bentuk hak properti. Kepemilikan modal ekonomi meningkatkan kemampuan, mobilitas, dan kekuatan individu dalam masyarakat. Sementara itu, modal budaya dibagi menjadi tiga kategori yakni modal budaya tertanam, yaitu pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui habitus individu, modal budaya berwujud, berupa aset budaya fisik seperti buku, mobil, atau pakaian dan, modal budaya terinstitusionalisasi, yang umumnya diwujudkan dalam bentuk gelar atau diploma pendidikan.

Informan F menyadari bahwa untuk *glow up* dan meningkatkan kepercayaan diri, ia memerlukan modal ekonomi, yaitu uang untuk membeli produk perawatan

rambut. Julia Rimba, melalui kontennya, memberikan informasi dan tips praktis tentang cara membangun usaha sebagai sarana untuk mendapatkan modal ini. Informan F kemudian memanfaatkan modal kulturalnya, yaitu pengetahuan dan keterampilan yang diperolehnya, untuk menjalankan usaha pre-order kimbab. Pengetahuan tentang pembuatan dan pemasaran kimbab menjadi modal kultural yang ia konversi menjadi modal ekonomi melalui pendapatan yang dihasilkan dari penjualan.

Bourdieu dalam (Harker, Mahar dan Wilkes, 1990) menjelaskan bahwa arena adalah hubungan yang terstruktur dan secara tidak disadari mengatur posisi individu dan kelompok dalam tatanan sosial masyarakat. Arena dalam hal ini adalah ruang sosial TikTok dimana informan bertarung untuk mendapatkan modal budaya berupa pengetahuan untuk membuat praktik usaha kecil-kecilan, seperti membuka pre-order kimbab. Arena ini memiliki aturan dan norma tersendiri yang membentuk perilaku individu di dalamnya. Dalam arena usaha mikro, kreativitas, ketekunan, dan kemampuan memanfaatkan peluang menjadi nilai-nilai yang dihargai. Informan F memasuki arena ini dengan tujuan tertentu mencari modal budaya yang kemudian dapat diubah menjadi modal ekonomi untuk mendukung *glow up* dan meningkatkan kepercayaan diri.

2. Endorser

Menurut (Octavia, 2017), endorser adalah individu yang mampu menarik perhatian dan memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan serta informasi mengenai produk. Sementara Erianti dan Athanasius (2020) mendefinisikan endorser sebagai seseorang yang digunakan untuk mendukung iklan suatu merek produk tertentu. Melalui keterlibatannya dalam iklan, endorser dapat mempengaruhi sikap dan pandangan konsumen terhadap produk tersebut. Dari kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa endorser adalah individu yang berperan dalam menarik perhatian konsumen dan menyampaikan pesan atau informasi produk melalui iklan. Melalui keterlibatan endorser, endorser dapat mempengaruhi sikap dan pandangan konsumen terhadap suatu produk, sehingga mendukung tujuan pemasaran merek tersebut.

Pada penelitian mengenai upaya membentuk kepercayaan diri perempuan melalui konten-konten kepercayaan diri yang di unggah oleh akun TikTok @juliarimbaa, ternyata juga menghasilkan dampak ekonomi serta mendapatkan sebuah kesimpulan bahwa adanya Julia-julia baru yang muncul. Pada penelitian ini menemukan salah satu informan ternyata telah berhasil menjadi seorang *beuty creator* (kreator konten kecantikan), yang mana hal ini menunjukkan telah terciptanya seorang

kreator konten baru yang muncul karena termotivasi oleh konten-konten Julia. Sebagai seorang kreator konten sangat memungkinkan menerima sebuah tawaran pengiklan sebuah produk. Seorang yang mengiklankan produk ini dapat disebut sebagai seorang endorser. Berikut ini adalah pernyataan dari informan F mengenai dirinya yang menjadi seorang endorser :

"Alhamdulillah, sekarang aku sudah mendapatkan banyak hal positif. Awalnya, aku merasa termotivasi dari konten-konten kepercayaan diri yang diunggah oleh Julia di TikTok. Konten-kontennya sangat menginspirasi untuk lebih percaya diri dan menerima diriku apa adanya. Dari situ, aku mulai tertarik untuk berbagi perjalanan aku dalam mengatasi rasa tidak percaya diri, terutama di bidang kecantikan. Aku mulai membuat konten kecantikan aku sendiri, meskipun awalnya engga begitu yakin apakah akan ada yang menyukainya. Namun, aku tetap konsisten membuat konten yang jujur dan autentik. Aku belajar banyak tentang perawatan kulit, makeup, dan bagaimana menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan bermanfaat bagi orang lain. Sekarang, aku sudah mendapatkan banyak hal positif dari menjadi beauty creator. Aku udah menerima free treatment dengan harga di atas 1.000.000 rupiah, dan produk-produk dari berbagai brand ternama senilai di atas 300.000 rupiah. Selain itu, aku juga mendapat tawaran paid endorsement. Semua ini tidak lepas dari motivasi yang aku dapatkan dari konten-konten Julia Rimba. Dia telah menjadi inspirasi besar bagiku, dan aku berharap bisa menjadi inspirasi bagi orang lain juga." (Wawancara informan E, 15 September 2024)

Temuan mengenai dampak konten kepercayaan diri yang diunggah oleh akun TikTok @juliarimbaa dapat dianalisis melalui teori praktik sosial, yang memandang perilaku individu sebagai hasil interaksi antara struktur sosial dan agensi (Bourdieu, 1977). Dalam konteks ini, Julia dan konten yang ia ciptakan berperan sebagai struktur sosial baru yang mendorong redefinisi kepercayaan diri dan kecantikan, dengan menekankan penerimaan diri dan keberanian untuk tampil autentik. Struktur ini menantang norma-norma tradisional dan menyediakan kerangka baru bagi perempuan untuk memahami dan mengekspresikan diri mereka. Informan E menunjukkan agensi dengan merespons struktur ini, ia terinspirasi oleh konten Julia Rimba untuk memulai perjalanan meningkatkan kepercayaan diri dan berbagi pengalaman melalui konten kecantikan yang ia ciptakan. Proses ini menggambarkan bagaimana praktik sosial baru, yaitu berbagi pengalaman dan tips mengenai kepercayaan diri dan kecantikan, dapat terbentuk dan diperkuat melalui reproduksi oleh individu-individu seperti informan E. Julia berfungsi sebagai inisiator praktik ini, sementara informan E mereproduksi dan menyebarkannya, sehingga muncul "Julia-julia baru" yang menularkan pengaruh positif tersebut kepada orang lain.

Lebih lanjut, praktik sosial ini juga menunjukkan adanya potensi ekonomi dan penciptaan modal sosial. Menurut Bourdieu dalam Haerussaleh dan Huda (2021), modal sosial dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan dengan dukungan modal

ekonomi atau modal budaya. Modal sosial ini menyoroti potensi yang dimiliki oleh individu atau kelompok, dengan penekanan pada aspek kepercayaan, jaringan, dan nilai-nilai yang ada di dalam kelompok tersebut.

Sebagai kreator konten kecantikan, informan E telah membangun kapital sosial melalui pengakuan dan jaringan sosial di komunitas online, yang kemudian berkembang menjadi kapital ekonomi melalui tawaran *endorsement*, produk gratis, dan layanan kecantikan. Hal ini menandakan bahwa praktik sosial yang dimulai dari motivasi pribadi dan perubahan internal, telah berkembang menjadi peluang ekonomi dalam budaya digital saat ini. Selain mereproduksi praktik sosial yang ada, informan E juga mentransformasikannya dengan pendekatan dan gaya pribadinya, memperkaya variasi praktik sosial tersebut. Secara keseluruhan, temuan ini memperlihatkan bagaimana konten kepercayaan diri yang diunggah oleh Julia telah berhasil menciptakan praktik sosial baru yang memungkinkan perempuan mengekspresikan dan memonetisasi kepercayaan diri mereka, menghubungkan perubahan sosial dan ekonomi dalam ekosistem media digital.

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang mendalami upaya pembentukan kepercayaan diri melalui media sosial TikTok, dengan fokus pada akun @juliarimbaa, dapat disimpulkan bahwa penggunaan platform ini memiliki beberapa bentuk dan alasan dalam pembuatan konten, dalam meningkatkan rasa percaya diri pengguna, serta terdapat dampak yang dihasilkan oleh konten-konten tersebut. Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut dari hasil temuan penelitian ini.

A. Kesimpulan

1. Bentuk konten yang disajikan oleh akun TikTok @juliarimbaa kepada para netizen memiliki empat bentuk, yaitu konten *personal color*, *stop insecure* konten inspirasi, dan konten pelajaran kepercayaan diri. Konten *personal color* merupakan sebuah konten yang memberikan pemahaman tentang *undertone* yang tepat bagi seseorang, yang dapat memudahkan seseorang untuk memilih warna pakaian, mekap dan aksesoris lain, konten ini dibuat dengan untuk menjelaskan bahwa kulit hitam tidak membatasi pilihan warna pakaian atau makeup, tetapi perlu disesuaikan dengan *undertone* kulit untuk hasil yang optimal. Konten *stop insecure* adalah konten yang berisi ajakan untuk keluar dari pemikiran dan perasaan rendah diri, banyaknya netizen yang sering memberikan berkomentar yang menggambarkan perasaan rendahnya dirinya menjadi alasan pembuatan konten ini, khususnya dalam masalah percintaan dan kekurangan fisik, sehingga Julia menginginkan konten tersebut dapat mendorong netizen untuk memandang positif dirinya. Konten inspirasi adalah konten yang berisikan arahan dan saran untuk individu bisa meningkatkan nilai diri, konten ini dikemas dalam bentuk berbagi tips, tips belajar bahasa, tips menabung, tips membuka usaha dan sebagainya, dibuat untuk berbagi cara-cara Julia dalam meningkatkan nilai diri, serta memberikan pengetahuan dan pengalaman yang dapat menjadi referensi bagi netizen dalam memperbaiki diri mereka. Konten pelajaran kepercayaan diri adalah konten yang menjelaskan cara bertingkah laku di tempat umum atau saat sedang berada di keramaian agar tetap percaya diri.

2. Konten-konten yang telah diunggah akun TikTok @juliarimbaa telah memberikan dampak positif untuk para netizen khususnya para informan. Berbagai konten kepercayaan diri telah memberikan dampak positif. Terdapat tiga dampak dalam upaya membangun kepercayaan diri perempuan, yaitu dampak psikologis, dampak perilaku, dan dampak ekonomi. Dampak psikologis berupa peningkatan kepercayaan diri dan perubahan pola pikir. Dampak perilaku berupa kemampuan bersosialisasi dan kebiasaan baru. Dampak ekonomi berupa kegiatan kewirausahaan dan endorser.

B. Saran

1. Bagi pembuat konten TikTok @juliarimbaa, sebaiknya menyediakan grup aktif untuk bisa menjadi tempat bertukar cerita dan pengalaman tentang masalah kepercayaan diri, agar para netizen mendapatkan wadah dan bisa berjejaring di media sosial. Evaluasi secara berkala dampak dari berbagai jenis konten yang diproduksi dengan menganalisis umpan balik dari pengguna dan mengidentifikasi elemen yang paling berpengaruh pada kepercayaan diri mereka. Sesuaikan strategi konten berdasarkan hasil evaluasi ini untuk lebih efektif memenuhi kebutuhan audiens. Selain itu, pertimbangkan untuk melakukan kolaborasi dengan ahli atau profesional di bidang psikologi dan pengembangan diri untuk meningkatkan kredibilitas dan nilai
2. Bagi para netizen khususnya informan disarankan untuk memberikan pengalamannya di media sosial, agar dapat menjadi motivasi bagi orang lain, yang mungkin mengalami masalah yang sama, akan tetapi masih bingung mencari solusi dari yang dirasakan. Berikan juga umpan balik terhadap konten yang dinikmati agar bisa menjadi evaluasi dan dukungan pengembangan sang pembuat konten.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji konten kepercayaan diri dalam membentuk kepercayaan diri perempuan dapat melakukan eksplorasi lebih dalam lagi, terkait hal-hal yang belum disampaikan dalam penelitian ini. Selain itu, pertimbangkan untuk memetakan perbedaan dampak berdasarkan demografi pengguna, seperti usia, jenis kelamin, dan latar belakang sosial ekonomi, untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang efektivitas konten.

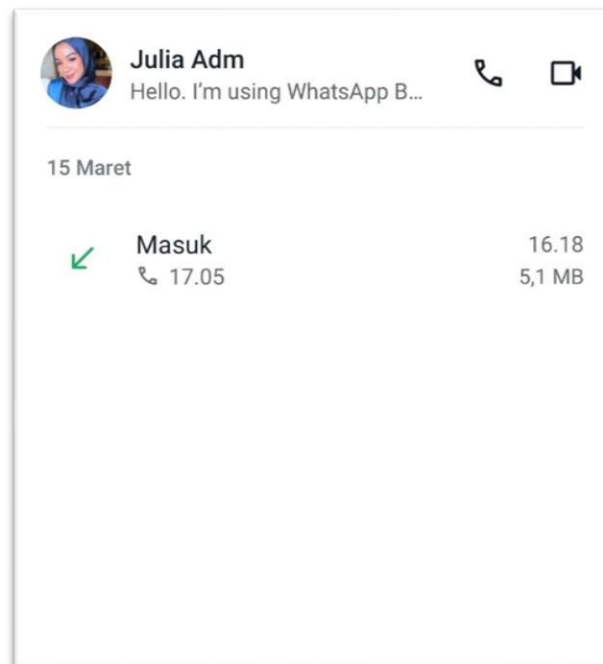
DAFTAR PUSTAKA

- Angelis, B. (2002). *Percaya Diri Sumber Sukses dan Kemandirian*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Anthony, R. 1992. *Rahasia Membangun Kepercayaan Diri*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Batoebara, M. U. (2020). Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan. *Network Media*, 3(2), 59–65. <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>
- Bordieu, P. (1977). *Outline of a Teory of Practice*. Press Syndicate of the University of Cambridge.
- Bordieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. Colombia University Press.
- Bourdieu, Pierre. 1986. *The forms of capital*. In Jousari Hasbullah (ed). *Sosial Capital*. Jakarta: MR-United Press,
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). *Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. Conference on Business, Social Science and Innovation Technology*, Vol 1(No 1), 565–572. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203499627>
- Chaplin. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada
- Dewi, V. R., & Winduwati, S. (2019). *Kampanye Tubuh Positif Perempuan “Real People Real Body” oleh @Nipplets_official*. *Prologia*, 3(2), 327. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6352>
- Fahira, T., Febuadi, A. C., & Amalia, F. A. (2021). *Proyek Perancangan Konten Video TikTok Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Merek Vendorin Indonesia*. Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung, 1115–1120.
- Fahmi. (2004). *Penyesuaian Diri Remaja*. Bandung : Karya Pustaka.
- Fashri, F. (2014). *Pierre Bourdieu: Menyikap Kuasa Simbol*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). *Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019*. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37–46. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i1.13045>
- GalamediaNews.com. (2021). *Kata Insecure Jadi Trend Kamum Milenial, Jika Alami Insecure, Usir dengan 4 Langkah Ajaib Ini - Galamedia News*. <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/humaniora/amp/pr-351383959/katainsecure-jadi-trend-kamum-milenial-jika-alami-insecure-usir-dengan-4-langkahajaib-ini?page=all>
- Ginnie. (2021). *Potensi TikTok Indonesia Gempar, Cuan Menggelegar*. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

- Ginting, H. S. P. H. (2019). *Novel Sang Pemimpi Karya Andrea Hirata: Analisis Habitus dan Modal dalam Arena Pendidikan Menurut Perspektif Pierre Bourdieu*. Universitas Sanata Dharma.
- Gugule, H., & Mesra, R. (2022). *Analisis Sosiologis Terhadap Video Viral Tiktok tentang Penegakan Hukum di Indonesia*. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(3), 1071. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i3.956>
- Hakim, T. (2002). *Mengatasi rasa tidak percaya diri*, Jakarta: Puspa Swara
- Haerussaleh, & Huda, N. (2021). *Modal Sosial, Kultural, dan, Simbolik Sebagai Representasi Pelanggengan Kekuasaan dalam Novel The President Karya Mohammad Sobary (Kaian Pierre Bourdieu)*. *Metalingua: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(1), 19-28.
- Harker, R., Mahar, C., & Wilkes, C. (1990). *An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu*. Palgrave Macmillan.
- Haryatmoko. 2003. *Menyingkap Kepalsuan Budaya Penguasa*. Yogyakarta: Basis
- Idrus dan Rohmiati. (2011). *Hubungan Kepercayaan Diri Remaja dengan Pola Asuh Orang Tua Etnis Jawa*.
- Jatmiko, R., & Abdullah, M. (2021). *Habitus, Modal, dan Arena dalam Cerbung Salindri Kenya Kebak Wewadi Karya Pakne Puri Tinjauan Bourdieu*. *Sutasoma : Jurnal Sastra Jawa*, 9(1), 100–115. <https://doi.org/10.15294/sutasoma.v9i1.47060>
- Jenkins, R. (1992). *Pierre Bourdieu : Key Sociologists*. Routledge.
- Krisdinanto, N. (2014). *Pierre Bourdieu, Sang Juru Damai*. *Jurnal KANAL*, 2(2), 189-206
- Kobandaha, F. (2017). *Pendidikan Karakter melalui Pendekatan Habitasi*. *Irfani (ejurnal)*, 13 (1). 131-138.
- Kompas.com. (2022). *TikTok Rilis Tahun Berapa? Dan Bagaimana Bisa Berkembang Pesat?*
Kompas.Com.<https://entertainment.kompas.com/read/2022/12/13/184327766/tiktok-rilis-tahun-berapa-dan-bagaimana-bisa-berkembang-pesat?page=all>
- Kozinets, R. V. (2015). *NETNOGRAPHY: REDEFINED* (M. Steele (Ed.); 5th ed.).
- Kusumawardhani, E., & Sari, D. S. (2021). *Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi kasus Amerika Serikat, Jepang, India dan Indonesia*. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 3(1), 19. <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i1.27758>
- Lauster, P. (2008). *Tes kepribadian / Peter Lauster: diterjemahkan: D.H. Gulo*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Lie, A. (2003). *101 Cara Menumbuhkan Rasa Percaya Diri Anak*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo
- M Rahman, M. (2014). *Peran Orang Tua Dalam Membangun Kepercayaan Diri Pada Anak Usia Dini*. *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal*, 2(2), 285. <https://doi.org/10.21043/thufula.v2i2.4241>
- Mangihut, S. (2016). *Teori “Gado-Gado” Pierre-Felix*. *Jurnal Studi Kultural*, 1(2), 79–82.

- Martono, N. (2012). *Kekerasan Simbolik di Sekolah Sebuah Ide Sosiologi Pendidikan Pierre Bourdieu*. PT Raja Grafindo Persada.
- Meningkatkan Penampilan dan Percaya Diri, Kenali dan Cari Tahu Personal Color Kamu! - Pojok Satu*. (n.d.). Retrieved August 15, 2024, from <https://www.pojoksatu.id/tipstren/1083026081/meningkatkan-penampilan-danpercaya-diri-kenali-dan-cari-tahu-personal-color-kamu>
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual* (N. S. Nurbaya (Ed.); 1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, R. (2008). *Gender dan Strategi Pengarus Utamanya di Indonesia*. Pustaka Belajar.
- Nur Zahra, M. A., Wulandari, W., & Citra Widya, Y. A. (2023). *Tiktok Sebagai Media Sosial Populer untuk Komunikasi Bisnis*. Syntax Idea, 5(10), 1386–1394. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i10.2593>
- Octavia, D. (2017). *Pengaruh Endorsment Fashion Terhadap Minat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013-2014 (Studi Kasus Blogger Evita Nuh)*
- Riyadi, A. (2019). *Identifikasi Faktor Penyebab Siswa Kurang Percaya Diri di SD Negeri 2 Wates*. BASIC EDUCATION, 8(2), 176-188.
- Rosdina, A., & Nurnazmi. (2021). *Dampak Aplikasi Tik Tok dalam Proses Sosial Di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timur Kecamatan Raba Kota Bima*. EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi, 4(1), 100–109.
- Safitri, R. A., & Rini, A. S. (2021). *Pengaruh Ketergantungan Make-Up Terhadap Kepercayaan Diri pada Remaja Putri*.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah* (1st ed.). Lentera Hati.
- Siregar, M. (2016). Teori "Gado-gado" Pierre-Felix Bourdieu. Jurnal Studi Kultural, 1(2), 79-82
- Subhan, Z. (2004). *Kekerasan Terhadap Perempuan*. Yogyakarta : Pustaka Pesantren.
- Sufi, M. A., Silondae, D. P., Studipsikologi, P., & Halu, U. (2020). *RELATIONSHIP OF SELF CONFIDENCE WITH SOCIAL ADJUSTMENT IN ADOLESCENT ORPHANAGE*. 1(3), 156–162.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (22nd ed.). Bandung: ALFABETA, CV.
- Swartz, D. (1997). *Culture and Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*. The University.
- TikTok User Statistics 2024 (Global Data)*. (n.d.). Retrieved June 26, 2024, from <https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/>

LAMPIRAN



Lampiran 1. Wawancara dengan founder akun TikTok



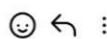
Lampiran 2. Wawancara dengan Admin Julia

pribadi,disaat aku merasa insecure lagi,aku selalu putar ulang video kak Julia agar selalu ingat motivasi yang kak Julia berikan

Media sosial kak Julia yang aku ikuti, hanya TikTok dan Instagram,tapi aku lebih aktif diTikTok
Kalo livestreaming kak Julia aku gak pernah ikut,dan e-book nya juga gak ada
Dan yaa berkat kak Julia,sekarang aku lebih mencintai diri aku,mencintai warna kulit ku,mencintai tubuh ku,apapun tentang fisikku,dan apapun tentang diriku
Meski terkadang aku masih sering down,karna aku rasa itu semua butuh proses yang panjang tapi setidaknya aku sudah menyadari bahwa aku itu berharga dan harus bersyukur 🍀

Lampiran 3. Wawancara dengan informan C

5. karna suka kontennya kak julia dan banyak tips2 untuk kepercayaan diri aku juga suka makeup2 kan julia juga sering kasih tips untuk kulit gelap agar tetap cantik menggunakan makeup sesuai warna kulit
6. tentang personal color, karna sangat cocok untuk aku yg mempunyai kulit gelap tapi undertone nya cooltone yang sangat jarang aku jumpai di konten kreator yg lain, dan paling suka nya sama kak julia dia bener2 memberi pengetahuan buka mencari endors an, dan semua skincare emang pure dia pakai bukan karna endors



Lampiran 4. Wawancara dengan informan D

Awalnya ada karena dahulu saya kulitnya putih tapi saat sudah puberty kulit saya coklat selain itu karena keluarga saya masih keturunan arab semuanya berwajah arab sedangkan saya memiliki mata yang sipit dan saya merasa sangat berbeda dengan keluarga saya

4. Sejak kapan kamu follow akun TikTok @juliarimbaa? 1 tahun lalu

5. Alasan kamu follow akun TikTok @juliarimbaa?

Karena membicarakan mengenai upgrade diri, serta setiap wanita atau manusia memiliki value yang berbeda, menerima akan diri sendiri dan membahas mengenai kepercayaan diri

6. Jenis video apa yang sering kamu tonton di antara konten-konten ini, personal color, tip... [Baca selengkapnya](#)

Diedit 10.22

Lampiran 5. Wawancara dengan informan

5. Karena konten" yang diberikan sangat membantu saya dalam memiliki rasa bersyukur dan bodo amat tentang pendapat orang lain
6. Tips kepercayaan diri dan rahasia kepedean
7. Konten tentang kepercayaan diri
8. Julia jujur terlihat biasa saja namun karna kepedean dan integritas yg iya miliki dapat mengupgrade dirinya menjadi sekarang dan iru luar biasa
9. Sepertinya bagi saya tidak ada
10. Sangat berpengaruh
11. Ya
12. Tiktok
13. Ya pernah
14. Tidak

08.16



0.31

08.16



Lampiran 6. Wawancara dengan informan F

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Mia Rahmawati
Tempat/Tanggal Lahir : Batam, 14 Mei 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Kav. Saguba Blok I 93, Batam, Kepulauan Riau

B. Riwayat Pendidikan

1. SD 011 SAGULUNG
2. SMP N 9 BATAM
3. MAN BATAM

C. Pengalamam Organisasi 2021 - 2022 | Kelompok Pekerja Seni

BHINNEKA FISIP UIN Walisongo Semarang

1. Bertanggung jawab sebagai pengurus harian organisasi dalam divisi teater.
2023 - 2024 | Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Komisariat UIN Walisongo
2. Bertanggung jawab sebagai Bendahara Umum
2021 - 2022 | Himpunan Mahasiswa Jurusan Sosiologi
3. Bertanggung jawab sebagai anggota Divisi Pendidikan dan Penalaran
4. Bertanggung jawab sebagai anggota Divisi Sosial dan Masyarakat
2021 - 2023 | Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Rayon FISIP
5. Bertanggung jawab sebagai Ketua Umum
6. Bertanggung jawab sebagai anggota Biro Sosial Politik