

Studi Etnografi Virtual: Konstruksi Identitas Virtual Anggota Subkultur Humor Mencela Diri Di Tiktok

Anindita Widiastuti¹, Atwar Bajari², Ira Mirawati³
Universitas Padjadjaran

Article Info

Article history:

Received : 21 January 2023

Publish : 02 March 2023

Keywords:

Virtual Identity

Subculture

Self-Deprecating Humor

TikTok

Info Artikel

Article history:

Diterima: 21 Januari 2023

Publis: 02 Maret 2023

Abstract

Within the subculture of self-deprecating humor on TikTok, users are self-deprecating in the videos they upload or the comments they post on related videos. The self-deprecation that users do on TikTok encourages users to pay more attention to the virtual identity they want to show to other TikTok users. Therefore, this study aims to understand how TikTok users as members of the self-deprecating humor subculture construct their virtual identities on TikTok. In order to understand the members of a subculture and the culture exchanged between members of the subculture in depth, this qualitative research uses a virtual ethnography method to observe subcultures of self-deprecating humor on TikTok for six months. This research finds out how members of a subculture can construct their virtual identity through profile sections and through the language used in interactions with members of other subcultures. In general, members of subcultures construct their virtual identities with the aim of disguising their real identities. At the same time, members can construct virtual identities that can reflect on themselves. Over time, members of the subculture adapt the virtual identities they construct taking into account the language and culture that prevails within the subculture of self-deprecating humor on TikTok. The freedom of the members to self-deprecate is achieved because of the freedom of virtual identity formation allowed by TikTok.

Abstrak

Dalam subkultur humor mencela diri di TikTok, pengguna mencela diri dalam video yang mereka unggah ataupun komentar yang mereka cantumkan pada video terkait. Pencelaan diri yang pengguna lakukan di TikTok mendorong pengguna untuk lebih memperhatikan identitas virtual yang hendak mereka perlihatkan ke pengguna TikTok lainnya. Oleh maka itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengguna TikTok selaku anggota subkultur humor mencela diri mengkonstruksi identitas virtual mereka di TikTok. Untuk memahami anggota subkultur beserta dengan budaya yang dipertukarkan di antara anggota subkultur secara mendalam, penelitian kualitatif ini menggunakan metode etnografi virtual untuk mengamati subkultur humor mencela diri di TikTok selama enam bulan. Penelitian ini menemukan bagaimana anggota subkultur dapat mengkonstruksi identitas virtual mereka melalui bagian profil serta melalui bahasa yang digunakan dalam interaksi dengan anggota subkultur lainnya. Pada umumnya, anggota subkultur mengkonstruksi identitas virtual mereka dengan tujuan untuk menyamarkan identitas asli mereka. Pada saat yang bersamaan, anggota dapat mengkonstruksi identitas virtual yang dapat merefleksikan diri mereka. Seiring dengan berjalannya waktu, anggota subkultur menyesuaikan identitas virtual yang mereka konstruksi dengan mempertimbangkan bahasa dan budaya yang berlaku di dalam subkultur humor mencela diri di TikTok. Kebebasan anggota subkultur untuk mencela diri dapat dicapai oleh karena kebebasan pembentukan identitas virtual yang diperbolehkan oleh TikTok.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-Berbagi Serupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Anindita Widiastuti

Universitas Padjadjaran

Email : anindita17003@mail.unpad.ac.id

1. PENDAHULUAN

TikTok adalah aplikasi yang mendorong para penggunanya untuk saling membagikan ataupun sekedar menonton video pendek yang dibuat oleh pengguna TikTok lainnya (Hautea et al., 2021; Zulli & Zulli 2020). Keunggulan terbesar TikTok adalah algoritma-nya yang secara aktif mempertemukan pengguna dengan video baru yang sesuai dengan ketertarikan mereka melalui halaman depan TikTok yang disebut sebagai “For You Page” (Cotter et al., 2022). Kemampuan algoritma ini memperbolehkan terbentuknya berbagai macam subkultur di TikTok. Subkultur di TikTok menyediakan para penggunanya sebuah ruangan aman untuk membagikan berbagai

macam video dan saling berinteraksi dengan pengguna lainnya (Schroeder, 2021). Salah satu subkultur yang terbentuk dan terus berkembang di TikTok adalah subkultur humor mencela diri.

Suatu subkultur perlu untuk berangkat dari kultur yang lebih besar lagi (Muggleton, 2000). Dalam konteks subkultur humor mencela diri di TikTok, merefleksikan dan dipengaruhi oleh nilai, norma, dan praktik dari *youth culture* atau kultur anak muda. Meskipun subkultur berikut adalah bagian dari kultur anak muda, selayaknya sebuah subkultur, subkultur ini juga memiliki nilai dan norma yang unik dibandingkan dengan kultur anak muda pada umumnya. Menentang nilai pada kultur atau budaya anak muda saat ini yang lebih menggunakan media sosialnya untuk memamerkan diri beserta dengan prestasi-prestasinya, para anak muda yang memenuhi subkultur humor mencela diri di TikTok justru melakukan yang sebaliknya.

Seluruh individu dari kultur anak muda yang menganut nilai, norma, dan praktik dalam subkultur humor mencela diri di TikTok dapat terklasifikasi sebagai anggota subkultur terkait. Anggota dari subkultur humor mencela diri adalah pengguna-pengguna TikTok yang secara aktif memproduksi video humor mencela diri ataupun yang sekedar mencela diri melalui komentar yang mereka tinggalkan di video-video terkait. Seiring dengan berjalannya waktu, interaksi antara anggota subkultur membentuk suatu budaya beserta dengan bahasa virtual yang unik yang hanya dipahami oleh sesama anggota subkultur (Nasrullah, 2018; Thornton, 2013). Oleh maka itu, interaksi dalam subkultur humor mencela diri di TikTok umumnya hanya dapat berjalan dengan lancar di antara sesama anggota subkultur.

Humor mencela diri sendiri adalah salah satu bentuk strategi humor yang melibatkan komentar atas kelemahan diri. Penggunaan humor seringkali dikaitkan dengan harga diri negatif, depresi, maupun kecemasan (Kopala-Sibley et al., 2017; Sciangula & Morry, 2009). Di Indonesia sendiri, Lesmana (2018) menemukan penggunaan humor mencela diri oleh suatu grup etnis untuk mengkritik etnisnya sendiri. Di lokasi lain yakni di internet, humor mencela diri seringkali ditemukan dalam bentuk meme. Meme dengan humor mencela diri ini digunakan untuk mengekspresikan diri dan mencari simpati dari pengguna internet lainnya yang dapat beresonansi dengan keadaan dirinya (Parkinson, 2016; Kanai, 2016). Begitu juga halnya dengan para anggota subkultur humor mencela diri di TikTok yang saling mencari anggota lain yang dapat beresonansi dengan keadaan dirinya.

Dengan mencela diri di TikTok, seorang pengguna mempertaruhkan citra positif mereka di mata pengguna TikTok lainnya. Oleh maka itu, untuk dapat bebas mengekspresikan diri, anggota subkultur perlu untuk memperhatikan identitas yang hendak mereka tunjukkan ke pengguna TikTok lainnya. TikTok sendiri tidak memiliki aturan yang mewajibkan para penggunanya untuk mengungkapkan identitas aslinya. Sifat TikTok ini memberikan para penggunanya keleluasaan untuk membentuk identitas virtualnya masing-masing.

Sejumlah penelitian kualitatif terdahulu telah berusaha untuk menelusuri terkait identitas virtual di berbagai lokasi dunia virtual. Idaman & Kencana (2021) menelusuri terkait bagaimana remaja memiliki dua akun Instagram untuk keperluan yang berbeda. Pada akun pertama dimana remaja mengungkapkan identitas asli mereka, remaja membatasi apa yang mereka tunjukkan pada pengikut mereka untuk memastikan citra diri positif yang mereka miliki. Sementara, pada akun kedua dimana remaja menyamarkan identitas asli mereka, remaja lebih memiliki kebebasan terkait apa yang hendak mereka tampilkan.

Penelitian terdahulu lainnya oleh Widiastuti (2019) menelusuri bagaimana pengguna merangkai identitas virtual mereka di aplikasi Grindr. Untuk melindungi identitas, pengguna tidak menampilkan identitas asli mereka secara penuh. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan nama samaran yang dapat merefleksikan diri mereka. Penelitian serupa lainnya oleh Hidayanto & Ernungtyas (2019) menelusuri terkait bagaimana perempuan muslim membangun identitas mereka di dunia virtual *game*. Dalam dunia virtual *game*, mereka mendapatkan kebebasan untuk membangun identitas virtual yang sesuai dengan impian mereka, khususnya yang tidak dapat mereka wujudkan di dunia nyata. Selain itu, mereka juga menunjukkan identitas mereka sebagai pekerja kelompok yang baik dalam *game*.

Untuk melengkapi kajian di lingkup dunia virtual, khususnya terkait dengan identitas virtual, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana identitas virtual dikonstruksi oleh para anggota subkultur humor mencela diri di TikTok.

2. METODE PENELITIAN

Paradigma konstruktivis digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana individu atau anggota subkultur memaknai dunia melalui interaksi yang dipertukarkan dengan anggota lainnya (Creswell & Creswell, 2018). Dengan pendekatan kualitatif, penelitian mengadaptasi metode etnografi virtual yang memperbolehkan peneliti untuk memahami bagaimana identitas anggota subkultur dibentuk dalam suatu ruang sosial digital (Hallett & Barber, 2014). Budaya yang dibentuk di suatu subkultur memiliki sejumlah perbedaan peraturan sosial dibandingkan dengan budaya di dunia nyata (Johansson & Lindberg, 2021). Oleh karena itu, penelitian perlu dilakukan secara langsung di dunia virtual dimana subkultur berasal.

Tahap pertama dari pengumpulan data adalah untuk memasuki komunitas virtual. Untuk masuk ke dalam komunitas virtual, peneliti mengkondisikan halaman utama (For You Page) dari satu akun TikTok untuk hanya menunjukkan konten humor mencela diri dari anggota subkultur yang berasal dari Indonesia. Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data yang dilakukan sejak 1 Oktober 2021 hingga 31 Maret 2022. Selama enam bulan, peneliti menghabiskan waktu sekitar 45 menit setiap harinya. Tautan dari video-video yang muncul selama masa observasi dikumpulkan dalam *Google Sheets* yang berperan sebagai catatan harian. 786 video dari sejumlah 59 pembuat konten terkumpul.

Berdasarkan jumlah konten yang diproduksi oleh masing-masing pembuat konten, terdapat 20 pengguna yang memproduksi setidaknya 10 konten humor mencela diri selama masa observasi. 20 pengguna ini adalah subjek analisis pada kategori pembuat konten. Untuk subjek analisis pada kategori audiens, peneliti pertama memilih 5 pembuat konten yang paling banyak memproduksi konten humor mencela diri. Peneliti kemudian memilih 4 video dari masing-masing pembuat konten. 20 video yang terpilih kemudian diproses melalui Export Comment untuk menghasilkan daftar komentar beserta dengan nama pengguna dari audiens yang meninggalkan komentar. Dari masing-masing daftar, peneliti memilih satu audiens. 20 audiens yang terpilih adalah subjek analisis pada kategori audiens. Selanjutnya, peneliti mencatat keterangan sekaligus mengkategorikan foto profil, nama pengguna, nama panggilan, bio, dan video yang ditampilkan oleh 20 pembuat konten dan 20 audiens yang terpilih. Setelah bagian profil dianalisis, peneliti menganalisis daftar komentar yang telah sebelumnya didapatkan dan mengkategorikan bentuk interaksi serta pola pesan yang terjadi.

Dalam penyajian hasil penelitian, pertimbangan etis perlu diperhatikan. Meski video-video yang tersedia di subkultur dan dapat diakses oleh peneliti hanyalah video-video yang bersifat publik, Schellewald (2021) yang melakukan studi etnografi virtual di TikTok juga menyebutkan bagaimana anonimitas pengguna perlu dijaga. Hal ini juga mempertimbangkan hasil observasi yang menangkap bagaimana para pengguna TikTok seringkali menyesali video yang telah mereka buat. Selain itu, konten dari TikTok humor mencela diri terkadang bersifat sensitif dan dapat mempengaruhi citra seorang pembuat konten. Banyak anggota subkultur yang tidak menginginkan anggota keluarga atau teman sekolahnya untuk mengetahui atas keberadaan mereka serta video-video yang mereka produksi. Oleh karena itu, pengguna seringkali akan tiba-tiba menghapus video atau mengubah pengaturan privasi pada video mereka. Untuk melindungi identitas anggota subkultur dalam penelitian, pada bagian ilustrasi, berbagai bentuk identitas yang bersifat pribadi telah dimodifikasi. Wajah dari foto diri asli maupun animasi disamarkan menggunakan wajah dari emoji. Nama asli disamarkan menggunakan nama lain tanpa mengubah keperluan ilustrasi.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Anggota subkultur humor mencela diri di TikTok Indonesia mengkonstruksi identitas virtual mereka dengan mempertimbangkan berbagai faktor. Keterbukaan atas identitas asli adalah salah

faktor yang dipertimbangkan dan dicerminkan melalui tampilan profil mereka. Pada tahap pembentukan akun TikTok, pengguna hanya perlu memberikan alamat email atau nomor telepon pribadi mereka. Sementara informasi ini hanya dipegang oleh sistem TikTok, informasi selanjutnya, yakni bagian profil adalah identitas virtual yang dapat diakses juga oleh pengguna TikTok lainnya. Pada bagian profil, pengguna dapat menentukan “foto profil”, “nama pengguna (@)”, “nama panggilan”, dan “bio” mereka.

Untuk bagian foto profil, pengguna tidak diwajibkan untuk menggunakan foto pribadinya. Seperti yang diilustrasikan pada Tabel 1, di samping anggota subkultur yang menggunakan foto asli mereka, terdapat juga anggota subkultur yang lebih suka untuk menggunakan foto lain yang dapat merefleksikan diri mereka. Pengguna yang sama sekali tidak menggunakan foto adalah pengguna dengan tingkat anonimitas yang paling tinggi, sedangkan pengguna yang menggunakan foto diri asli adalah pengguna dengan tingkat keterbukaan identitas yang paling tinggi.

Tabel 1. Foto Profil Anggota Subkultur Humor Mencela Diri di TikTok Indonesia

Kategori	Visual	Deskripsi
Foto diri asli		Menunjukkan wajah atau setidaknya badan dari pengguna secara jelas.
Animasi dari foto diri		Foto diri asli yang digambar ulang secara manual atau melalui aplikasi.
Karakter fiksi		Karakter film atau sejenisnya yang dapat merepresentasi atau sekedar diidolakan pengguna.
Idola		Sosok yang pengguna idolakan. Pengguna seringkali menggunakan foto artis Korea.
Hewan		Umumnya hewan peliharaan yang pengguna miliki, baik kucing, hamster, dan sejenisnya.
Foto acak		Foto acak dari internet atau galeri pribadi sekedar untuk memenuhi foto profil.
Kosong		Pengguna tidak mengunggah foto profil atau sengaja mengunggah foto warna hitam penuh.

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Selanjutnya, nama pengguna (@) atau *username* dibutuhkan untuk keperluan identifikasi unik dari setiap pengguna. Selain itu, pengguna juga perlu mengisi nama panggilan mereka. Pada bagian nama berikut, seperti yang diilustrasikan pada Tabel 2, pengguna dapat menampilkan ataupun menyamarkan identitas asli mereka. Pengguna yang menggunakan nama acak adalah

pengguna dengan tingkat anonimitas yang paling tinggi, sedangkan pengguna yang menggunakan nama lengkap asli adalah pengguna dengan tingkat keterbukaan identitas yang paling tinggi.

Tabel 2. Nama Anggota Subkultur Humor Mencela Diri di TikTok Indonesia

Kategori	Nama Pengguna (@)	Nama Panggilan	Deskripsi
Nama lengkap	vincent_adrianus23	Vincent Adrianus	Melibatkan nama lengkap asli pengguna di dunia nyata.
Nama julukan	dheeeeea.mp4	dhe 🌱	Hanya melibatkan nama julukan yang bisa jadi sekedar buatan atau memang julukan asli pengguna di dunia nyata.
Nama anonim	cinderduck	pacar sehung 🌀	Tidak melibatkan identitas asli pengguna. Kata yang dipilih dapat merefleksikan diri pengguna atau sekedar acak.
Nama acak	siapaakuu175	Dangdingdung	Tidak melibatkan sedikitpun identitas ataupun simbol-simbol yang dapat merepresentasikan diri pengguna.

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Selanjutnya, bagian profil terakhir adalah bagian bio yang memiliki batas 80 kata. Seperti yang diilustrasikan pada Tabel 3, terdapat dua elemen yang seringkali hadir dalam bio anggota subkultur. Terdapat pengguna yang hanya mencantumkan deskripsi umum atau kontak. Terdapat juga pengguna yang mencantumkan kedua elemen tersebut. Jika TikTok mewajibkan penggunaannya untuk memiliki *username* dan mencantumkan setidaknya satu kata dalam nama panggilan, TikTok tidak mewajibkan penggunaannya untuk mengisi bio mereka. Oleh karena itu, banyak juga anggota subkultur yang mengosongkan bagian bio-nya. Pengguna yang mencantumkan kontak yang dapat dilacak kembali ke akun media sosial di luar TikTok cenderung memiliki tingkat keterbukaan identitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengguna yang sama sekali tidak mencantumkan media sosial lain mereka.

Tabel 3. Bio Anggota Subkultur Humor Mencela Diri di TikTok Indonesia

Kategori	Isi	Deskripsi
Deskripsi umum	“Mimpi setinggi langit 🌩️, Hobi rebahan 🛋️. Bikini Bottom 🍷”	Kalimat yang merepresentasikan diri atau keadaan pengguna.
Kontak	“collab.syawi@gmail.com . ENDORSE? DM IG: @sy4w1”	Kontak yang dapat audiens hubungi untuk dapat bekerjasama dengan pengguna.

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Setelah bagian profil, video-video yang anggota subkultur unggah tampil sebagai bagian dari identitas virtual pengguna juga. Seperti yang diilustrasikan pada Tabel 4, tidak semua anggota subkultur secara rutin mengunggah video humor mencela diri. Di luar kategori pengguna yang mengunggah video humor mencela diri, anggota subkultur sekedar menempatkan diri sebagai audiens dari video humor mencela diri yang dibuat oleh anggota subkultur lainnya. Video humor mencela diri yang menampilkan wajah asli pengguna dapat berpengaruh pada citra positif pengguna di dunia nyata. Oleh karena itu, meski semua anggota subkultur menyukai humor mencela diri, tidak semua anggota berkeinginan untuk ikut mereputasikan citra mereka dengan mengunggah video humor mencela diri.

Tabel 4. Video Anggota Subkultur Humor Mencela Diri di TikTok Indonesia


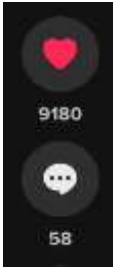
Kategori	Deskripsi
Banyak video humor mencela diri	Mayoritas video yang ada di akun pengguna adalah video humor mencela diri. Video menampilkan wajah asli pengguna.
Sedikit video humor mencela diri	Beberapa video yang ada di akun pengguna adalah video humor mencela diri. Video menampilkan wajah asli pengguna.
Tidak ada video humor mencela diri	Terdapat video yang menampilkan wajah asli pengguna, namun pengguna tidak mengunggah video humor mencela diri.
Tidak menampilkan wajah pada video	Tidak terdapat video yang menampilkan wajah asli pengguna maupun video humor mencela diri.
Tidak menampilkan video apapun	Pengguna tidak menampilkan video apapun dalam akunnya atau pengguna membatasi audiens mereka.

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Selanjutnya, bagaimana anggota subkultur berinteraksi dengan anggota lainnya berkaitan juga dengan bagaimana anggota mempersepsi identitasnya sebagai anggota subkultur. Seperti yang diilustrasikan pada Tabel 5, terdapat sejumlah bentuk interaksi antara anggota subkultur. Interaksi ini berlangsung melalui kolom komentar dari suatu video humor mencela diri. Interaksi dapat berjalan di antara audiens dengan pembuat konten maupun antara audiens dengan audiens yang lain. Terdapat juga anggota subkultur yang sekedar memberikan *like* untuk menunjukkan ketertarikannya dan mendukung berkembangnya subkultur tanpa meninggalkan jejak digital.

Tabel 5. Bentuk Interaksi Anggota Subkultur Humor Mencela Diri di TikTok Indonesia

Kategori	Visual	Deskripsi
Balasan ke pembuat konten		Anggota subkultur sebagai audiens memberikan umpan balik pada video yang diunggah seorang pembuat konten.
Balasan ke audiens		Pembuat konten membalas umpan balik audiens dengan umpan balik lainnya.

Kategori	Visual	Deskripsi
Balasan ke balasan lain		Sebagai sesama audiens, anggota subkultur saling membalas umpan balik dari anggota lainnya
Tidak ada balasan		Anggota subkultur hanya memberikan <i>like</i> tanpa menambahkan umpan balik dalam bentuk komentar. Anggota tidak berinteraksi dengan anggota lainnya.

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Dalam interaksi antara anggota subkultur, terdapat juga pola-pola pesan yang seringkali ditemukan. Seperti yang diilustrasikan pada Tabel 6, anggota subkultur sebagai audiens memiliki berbagai cara untuk menyampaikan bahwa ia dapat beresonansi dengan sebuah video. Pada kolom komentar, anggota subkultur seringkali menambahkan pengalaman pribadi yang berkaitan atau sekedar membenarkan situasi yang dialami oleh seorang pembuat konten sebagai situasi yang mereka alami juga. Dengan mengikuti pola pesan yang digunakan oleh anggota subkultur lainnya, seorang anggota memperkuat identitas virtualnya sebagai anggota subkultur.

Tabel 6. Pola Pesan Anggota Subkultur Humor Mencela Diri di TikTok Indonesia

Kategori	Isi	Deskripsi
Beresonansi dengan anggota lain	“ya Allah kamu bisa gak diam 😊 benar banget”	Membenarkan situasi yang dialami sang pembuat konten dalam video sebagai situasi yang ia alami juga.
Menambahkan pengalaman pribadi	“jangan lupa keinget kenangan memalukan yang pernah terjadi”	Menanggapi video dengan menambahkan pengalaman pribadi sekaligus membenarkan bahwa dirinya dapat beresonansi.
Menge-tag teman curhat	“@ twilove1000 apkh dia hnya penasaran sm sy(?)”	Memberitahu teman yang mengetahui situasi dirinya bahwa dirinya dapat beresonansi.
Menge-tag teman untuk menyindir	“@suki99 mmpslo”	Menyindir teman yang sedang dalam situasi yang sesuai dengan video.

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Seperti subjek dalam penelitian oleh Idaman & Kencana (2021), Hidayanto & Ernungtyas (2019), dan Widiastuti (2019), anggota subkultur humor mencela diri di TikTok Indonesia juga mengkonstruksi identitas virtual mereka dengan teliti agar mereka dapat bebas mengekspresikan diri mereka. Selain tampilan profil, bagaimana anggota subkultur berinteraksi dengan anggota lainnya juga adalah bagian dari bagaimana anggota mempersepsi identitas virtual mereka. Identitas virtual anggota disusun berdasarkan kebutuhan atau keterlibatan masing-masing anggota dalam subkultur humor mencela diri.

4. KESIMPULAN

Anggota subkultur humor mencela diri di TikTok Indonesia mengkonstruksi identitas virtual mereka melalui berbagai aspek, yakni melalui bagian foto profil, nama pengguna, nama panggilan, bio, dan video yang mereka unggah. Pada berbagai elemen berikut, pengguna dapat menampilkan ataupun menyamarkan identitas asli mereka. Anggota subkultur juga lebih lanjut menentukan identitas virtual yang hendak mereka tunjukkan melalui bagaimana mereka berinteraksi dengan anggota subkultur lainnya. Anggota dapat menentukan apakah mereka hendak menampilkan identitas dimana mereka aktif berinteraksi dengan anggota lain atau tidak. Lebih lagi, dengan menggunakan pola pesan yang digunakan oleh anggota subkultur lainnya, seorang anggota menunjukkan bagaimana ia memiliki konsep positif terkait identitas virtualnya sebagai anggota subkultur humor mencela diri.

Penelitian ini memperlihatkan bagaimana pengguna TikTok memiliki kebebasan untuk mengkonstruksi identitas virtualnya masing-masing yang mereka tunjukkan melalui tampilan profil dan tindakan mereka. Anggota subkultur memanfaatkan kebebasan pembentukan identitas virtual ini bukan hanya untuk merefleksikan diri mereka, namun juga untuk menyesuaikan diri dengan budaya yang dipertukarkan di antara anggota subkultur lainnya. Keterbatasan penelitian ini adalah metode etnografi virtual yang digunakan. Metode ini membatasi peneliti untuk fokus hanya pada identitas yang ditunjukkan pengguna secara virtual. Metode ini tidak membiarkan peneliti untuk mendapatkan wawasan mendalam terkait pengalaman anggota subkultur tertentu dalam proses konstruksi identitas virtual mereka.

Penelitian selanjutnya dapat meneliti terkait identitas proses konstruksi identitas virtual dari anggota di subkultur lain. Selain itu, menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, penelitian selanjutnya dapat mencoba memahami motif individu terkait pembuatan identitas virtual, khususnya yang berkaitan dengan kecemasan bahwa identitas asli pengguna dapat terungkap ke pengguna internet lainnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Cotter, K., DeCook, J. R., Kanthawala, S., & Foyle, K. (2022). In FYP We Trust: The Divine Force of Algorithmic Conspirituality. *International Journal of Communication*, 16, 2911-2934. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/19289>.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches*. Los Angeles: SAGE.
- Hallett, R. E., & Barber, K. (2014). Ethnographic Research in a Cyber Era. *Journal of Contemporary Ethnography*, 43(3), 306-330. doi: 10.1177/0891241613497749.
- Hautea, S., Parks, P., Takahashi, B., & Zeng, J. (2021). Showing They Care (Or Don't): Affective Publics and Ambivalent Climate Activism on TikTok. *Social Media + Society*, 7(2). doi: 10.1177/20563051211012344.
- Hidayanto, S., & Ernungtyas, N. F. (2019). Gamer dan Muslimah: Konstruksi Identitas Virtual Gamer Daring Profesional. *ETTISAL: Journal of Communication*. doi: 10.21111/ijoc.v4i2.3635.
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Virtual Remaja pada Media Sosial Instagram. *IKRA-ITH Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), 20-28. Retrieved from <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/849>.

- Johansson, S., & Lindberg, Y. (2021). Cybercultures. In N. Gontier, A. Lock, & C. Sinha (Eds.), *Oxford Handbook on Human Symbolic Evolution*. doi: [10.1093/oxfordhb/9780198813781.013.36](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198813781.013.36).
- Kanai, A. (2016). Sociality and classification: Reading gender, race, and class in a humorous meme. *Social Media + Society*, 2(4). doi: [10.1177/2056305116672884](https://doi.org/10.1177/2056305116672884).
- Kopala-Sibley, D. C., Klein, D. N., Perlman, G., & Kotov, R. (2017). Self-criticism and dependency in female adolescents: Prediction of first onsets and disentangling the relationships between personality, stressful life events, and internalizing psychopathology. *Journal of Abnormal Psychology*, 126(8), 1029-1043. doi: [10.1037/abn0000297](https://doi.org/10.1037/abn0000297).
- Lesmana, M. (2018). Understanding the Characteristics of Indonesian Ethnic Humor. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 22(7), 82-89. doi: [10.9790/0837-2207128289](https://doi.org/10.9790/0837-2207128289).
- Muggleton, D. (2000). *Inside subculture: the postmodern meaning of style*. Oxford: Berg.
- Nasrullah, R. (2018). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Parkinson, H. J. (2016). Antisocial network: How self-deprecation is taking over the internet. Retrieved from The Guardian: <https://theguardian.com/technology/2016/may/25/antisocial-network-how-self-deprecation-is-taking-over-the-internet>.
- Schellewald, A. (2021). Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography. *International Journal of Communication*, 15, 1437-1457. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16414/3389>.
- Schroeder, A. (2021). Are you on Rat Synth TikTok? Interact to stay. Retrieved from Daily Dot: <https://dailymdot.com/unclick/deep-tiktok-algorithm-subcultures>.
- Scianguola, A., & Morry, M. M. (2009). Self-esteem and perceived regard: How I see myself affects my relationship satisfaction. *The Journal of Social Psychology*, 149(2), 143-158. doi: [10.3200/SOCP.149.2.143-158](https://doi.org/10.3200/SOCP.149.2.143-158).
- Thornton, S. (2013). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Hoboken: Wiley.
- Simarmata, E. M., & Rustanta, A. (2020). Pola Komunikasi Penjual terhadap Pembeli Pempek di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(1), 66-79. doi: [10.36914/jikb.v6i1.467](https://doi.org/10.36914/jikb.v6i1.467).
- Widiastuti, T. (2019). Representasi Identitas Virtual dalam Konteks Etnografi di Sosial Media Grindr. *Journal Signal*, 7(1), 99-117. doi: [10.33603/signal.v7i1.1912](https://doi.org/10.33603/signal.v7i1.1912).
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2020). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872-1890. doi: [10.1177/1461444820983603](https://doi.org/10.1177/1461444820983603).