

**Narsisme Tubuh Pada Platform Komersial TikTok: *Religion
Alienation Syndrome***



**Oleh:
Ari Reski Sashari
Nim: 212050220072**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA**

TESIS

**Diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Studi Agama-Agama
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Agama**

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ari Reski Sashari
NIM : 21205022007
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program studi : Studi Agama-Agama
Konsentrasi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 18 September 2023

Saya yang menyatakan,



Ari Reski Sashari
NIM: 21205022007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ari Reski Sashari
NIM : 21205022007
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program studi : Studi Agama-Agama
Konsentrasi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 18 September 2023

Saya yang menyatakan,



Ari Reski Sashari
NIM: 21205022007

STATE ISLAMIC
SUNAN KALIJAGA
UNIVERSITY
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1718/Un.02/DU/PP.00.9/11/2023

Tugas Akhir dengan judul : Narsisme Tubuh Pada Platform Komersial Tik Tok : *Religion Alienation Syndrome*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ARI RESKI SASHARI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 21205022007
Telah diujikan pada : Selasa, 24 Oktober 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Munawar Ahmad, S.S. M.Si.
SIGNED

Valid ID: 65447335a6023



Penguji I

Dr. Masroer, S. Ag. M. Si.
SIGNED

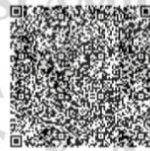
Valid ID: 6540f2de487fd



Penguji II

Dr. Moh Soehadha, S.Sos.M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 6544bc108d539



Yogyakarta, 24 Oktober 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6549df5921a74

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister (S2)
Studi Agama-Agama
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Narsisme Tubuh Pada Platform Komersial TikTok: *Religion Alienation Syndrome*

Yang ditulis oleh:

Nama : Ari Reski Sashari
NIM : 21205022007
Fakultas : Ushuluddin Dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Studi Agama-Agama
Konsentrasi : Sosiologi Agama

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Studi Agama- Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Agama.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 18 September 2023
Pembimbing

Dr. Munawar Ahmad, S.S., M.Si

MOTTO

“Kebahagiaan tidak ditemukan dengan mencari lebih banyak, tetapi dengan mengurangi keinginan.” (Socrates)

“Sesibuk apapun kamu, sejauh apapun kamu pergi, keluarga merupakan tempat pulang. Uang dan popularitas tak mampu membayar kebersamaan dengan keluarga.” (Ari Reski Sashari)



PERSEMBAHAN

*“Alhamdulillah, saya dapat menyelesaikan tesis dengan tepat waktu.
Karya ini saya persembahkan kepada orang tua, keluarga, tunangan dan kepada
pembaca serta Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Program
Studi Agama-Agama Konsentrasi Sosiologi Agama, UIN Sunan
Kalijaga Yogyakarta”*



ABSTRAK

TikTok adalah sebuah platform media sosial, pengguna dapat memberikan informasi secara singkat dan mudah dicerna melalui video pendek, hal ini memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara global. Dari berubahnya TikTok yang dulunya sebagai media informasi kini berkembang sebagai platform sosial *ecommerce*, hal tersebut menyebabkan kompetisi optimum dikalangan *online shop* sehingga berbagai cara dilakukan agar produk dan layanan yang di jual laris di pasaran, implikasinya melibatkan performasi tubuh yang berbeda sehingga menghadirkan pose-pose tubuh seperti pose yang sering dikaitkan dengan narsisme. Performasi tubuh di TikTok adalah hyperreality, tubuh di TikTok tidak hanya merepresentasikan individu yang sebenarnya tetapi juga merupakan hasil dari proses rekonstruksi dan representasi melalui medium digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji ruang sosial dikalangan TikTokers sehingga membentuk *religion alienation syndrome*. Serta mengkaji kesadaran agama dikalangan TikTokers ketika dia berdialektika dengan kompetisi sosial yang sangat ketat. Penelitian ini menggunakan teori *alienation* yang dikemukakan oleh Robert Ziller. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data secara netnometodologi (*netnography*) dan *photography*. Dalam memperoleh informasi, penulis melakukannya dengan dua cara, yaitu sumber informasi primer dengan mengajukan pertanyaan di kolom komentar pada saat *live streaming* dan mengirim pesan langsung. Selanjutnya mengelompokkan dan membandingkannya sehingga dapat dikelola sebelum menggabungkannya, kemudian mereduksi data dengan memilih mana yang penting dan mana yang akan ditinjau dan terakhir menarik kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, faktor penyebab *religion alienation* dikalangan TikTokers adalah kultur kapitalisme, yang semakin mendorong persaingan sengit di ruang TikTok, akibatnya para TikTokers dengan sadar melakukan berbagai cara yang tidak senonoh dalam meningkatkan popularitasnya yaitu dengan menampilkan presentasi tubuh vulgar, hal tersebut memicu sindrom keterasingan agama. Sistem ekonomi kapitalis yang berfokus pada keuntungan mengharuskan pelaku ekonomi, termasuk TikTokers, untuk bersaing agar dapat meningkatkan produktivitas mereka dengan segala cara. Namun, perkembangan ini tidak selalu menghasilkan dampak positif. Sikap ambivalensi dikalangan TikTokers menggabungkan kesalehan dengan melakukan kesalahan vulgaritas tubuh demi mendapatkan kompensasi finansial. TikTokers berusaha mempresentasikan diri dengan konten menarik agar diterima oleh orang lain, meskipun dalam situasi ambivalen, mereka secara bersamaan menerima pemikiran yang berlawanan. Hal ini terjadi karena konsep dan kepercayaan agama yang mereka anut saling bertentangan dengan tindakan dan implikasi yang ada dalam konten TikTok. Sebagai hasilnya, ambivalensi tersebut hidup berdampingan dalam pikirannya.

Kata Kunci: Budaya Kapitalisme, Narsisme Tubuh, *Religion Alienation*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ • الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ

الأنبياءِ والمُرسلينِ وَنَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، أَمَّا بَعْدُ

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah swt. Tuhan semesta alam, serta salawat dan salam selalu tercurah kepada insan yang paling baik budi pekertinya dan yang paling mulia akhlaknya dihadapan Allah swt, yaitu Nabi Muhammad saw, beserta keluarga, sahabat, para pengikut dan umatnya yang setia hingga hari kiamat.

Alhamdulillah dengan limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya serta memberikan kesehatan dan kekuatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “**Narsisme Tubuh pada Platform Komersial TikTok: *Religion Alienation Syndrome***” untuk dijadikan sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Magister Agama pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam proses penyelesaian tesis tidaklah mudah, namun atas izin Allah swt dan banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga tidak ada kata yang bisa penulis sampaikan selain ucapan maaf atas segala kekurangan dan ungkapan penghargaan serta terimakasih yang begitu besar atas bantuan, bimbingan, perhatian motivasi dan arahan yang diberikan kepada penulis selama menjalani perkuliahan hingga sampai penulisan teisi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih yang tiada tara kepada:

1. Kedua Orang tua tercinta, Muh. Said dan Hasnawati yang senantiasa memberikan dukungan serta doa yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Prof. Dr. Al-Makin, S.Ag., M.A. Rektor UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi di Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan rahmat-Nya kepadanya dan keluarganya di dunia dan akhirat.
3. Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M. Hum. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan layanan akademik dalam proses penyelesaian studi. Semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan rahmat-Nya kepadanya dan keluarganya di dunia dan akhirat.
4. Dr. Ustadi Hamsah, S.Ag., M.Ag. Ketua Jurusan Studi Agama-Agama, yang telah mempermudah kegiatan akademik dan urusan administrasi penulis selama penyelesaian studi. Semoga Allah swt. senantiasa mencurahkan rahmat kepadanya dan keluarganya, dipanjangkan umurnya, dimudahkan rezkinya, dimuliakan hidupnya dan diberikan kesuksesan untuk meniti karir selanjutnya. Dan keselamatan dunia dan akhirat semoga menjadi miliknya dan keluarganya.
5. Dr. Nurus Sa, Adah, S.Psi., M.Si., Ps selaku Pembimbing Akademik penulis, yang tidak pernah lelah untuk selalu membimbing, menasehati dan

mengarahkan penulis. Semoga Allah swt. senantiasa mencurahkan rahmat kepadanya dan keluarganya di dunia dan akhirat.

6. Dr. Munawar Ahmad, M.Si. selaku pembimbing tesis penulis. Dengan segala keilmuannya dan segenap perhatiannya telah dicurahkan untuk mengarahkan dan menuntun penulis dalam penulisan tesis ini. Segala bimbingan, saran dan koreksi sangat membantu penulis dalam penulisan tesis hingga rampung seperti saat ini. Begitu pula keramah-tamahannya menerima penulis setiap kali konsultasi. Semoga Allah swt. senantiasa mencurahkan rahmat kepadanya dan keluarganya, dipanjangkan umurnya, dimudahkan rezekinya, dimuliakan hidupnya dan diberikan kesuksesan untuk meniti karir selanjutnya. Dan keselamatan dunia dan akhirat semoga menjadi miliknya dan keluarganya.
7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam yang selalu memberi dorongan berupa motivasi serta membantu dalam pengurusan berkas.
8. Pengelola perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas pelayanannya yang baik kepada penulis demi mencari referensi dan bahan yang dibutuhkan dalam penulisan tesis ini.
9. Teman-teman seperjuangan S-2 Sosiologi Agama angkatan 2022.
10. Semua pihak yang selama ini memberikan bantuan dan motivasi yang sangat berharga dalam penyelesaian tesis ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Atas segala bantuan, bimbingan dan pengarahan yang telah diberikan kepada penulis, semoga

mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah swt, Aamiin Ya Rabbal
'Alaamiin.

Penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari kata sempurna baik dari segi materi maupun metodologi. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan selalu penulis perhatikan dan pertimbangkan demi sempurnanya tesis ini.

Akhir pengantar ini penulis berharap seraya berdoa kepada Allah swt. agar berkenan membalas segala bantuan, bimbingan, dorongan dari semua pihak dengan ganjaran yang berlipat ganda dan akan dicatat-Nya sebagai amal saleh bagi mereka. Penulis juga berharap tesis ini dapat bermanfaat dikalangan akademisi, khususnya penulis sendiri.

Yogyakarta, 18 September 2023



Ari Reski Sashari

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	xi
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5

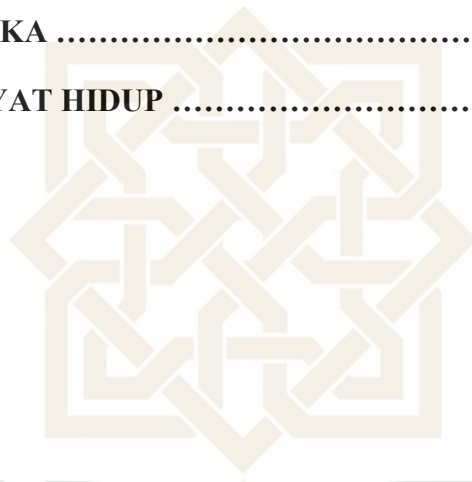
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Kerangka Teori	11
F. Metode Penelitian	14
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB II TIKTOK DAN PERKEMBANGAN KAPITALISME	
A. Sejarah Tiktok	22
B. Perkembangan Kapitalisme	32
C. Tiktok Sebagai Instrumen Akselerasi Kapitalisme	36
BAB III RELIGION ALIENATION SYNDROME DAN PRESENTASE TUBUH	
A. Psikologi Sosial, Faktor Penyebab Alienasi Dikalangan Tiktoker	44
1. Konformitas Sosial	44
2. Disparitas Ekonomi	47
3. Keterasingan Kerja (pebedaan antara hierarkis)	49
4. Bentuk-Bentuk Presentasi Tubuh Dikalangan Tiktokers..	51
B. Kesadaran Agama Dikalangan TikTokers Ketika Berdilektika dengan Kompetisi Sosial.....	59
BAB IV SEKULARISASI AGAMA DI ERA DIGITAL	
A. Self Esteem	65
B. Phublicity of Private (Ekspresi Eksklusif)	69
C. Spirit of Greedy (Rakus)	76
D. Simulacra di Ruang Digital, Klasifikasi Pose-Pose Dikalangan Tiktokers.....	75
E. Reduksi Etik di Ruang Tiktok	87

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA	92
-----------------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	98
-----------------------------------	-----------



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Ruang Lingkup Psikologi Sosial	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Fluktuasi Unduhan Tiktok pada App Store
Gambar 1.2	Populasi Pengguna Tiktok
Gambar 1.3	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 1.4	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 1.5	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 1.6	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 1.7	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 1.8	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 1.9	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 1.10	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 2.1	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 2.2	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 2.3	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 2.4	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 2.5	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 2.6	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 2.7	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 2.8	Live Streaming pada Tiktok

Gambar 2.9	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 2.10	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 3.1	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 3.2	Live Streaming pada Tiktok
Gambar 3.3	Live Streaming pada Tiktok



DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
1. Metodologi Analisis Data	18



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Performasi eksploitasi tubuh telah menjadi isu yang kompleks dan kontroversial dalam sejarah manusia, ada situasi di mana tubuh seseorang dieksploitasi sebagai alat untuk tujuan ekonomi, hiburan, atau seksual. Fenomena ini muncul dalam berbagai konteks, seperti industri hiburan, industri seks dan bahkan dunia olahraga. Perlu dicatat bahwa eksploitasi performasi tubuh dapat melibatkan pilihan sukarela individu namun juga dapat terjadi dalam konteks yang memaksa atau mengeksploitasi orang secara tidak adil. Di industri hiburan baik itu teater, televisi, atau film terkadang terjadi eksploitasi tubuh laki-laki maupun perempuan. Beberapa contoh mencakup pemaksaan untuk melakukan adegan berbahaya atau memperlihatkan tubuh secara tidak sesuai dengan batas-batas kenyamanan individu. Selain itu pemilihan pemain berdasarkan penampilan fisik yang mendukung stereotip tertentu juga dapat mengarah pada eksploitasi.¹

Kehadiran TikTok yang dengan cepat merambah pengaruhnya kepada miliaran manusia mampu menyulap setiap individu untuk melakukan adegan-adegan yang sering kali jauh dari nilai-nilai normatif. Kita saksikan gejala sosial TikTok acap kali memproduksi video tidak pantas untuk dikonsumsi oleh publik dan dilakukan oleh laki-laki maupun perempuan, yang menampilkan tayangan vulgar, hal tersebut tidak sesuai dengan nilai kesopanan santunan baik itu atas dasar agama dan *social live*.² Dengan perkembangan media sosial ada banyak akses platform untuk mempresentasikan tubuh, Individu dapat merasa terdorong untuk mempertontonkan tubuh mereka secara berlebihan atau dengan cara yang tidak sehat demi mendapatkan penerimaan, popularitas, atau pengakuan dari

¹ Hesmondhalgh, D. *The Cultural Industries*. London: SAGE Publications Ltd, 2013.

² <https://sosgama.iainpare.ac.id/2020/04/gejala-sosial-tiktok-dan-moralitas.html> Diakses tanggal 19 Mei 2023 pukul 09.27 WIB.

pengikut mereka. Fenomena ini dapat menyebabkan tekanan yang signifikan terhadap citra tubuh individu, terutama pada kalangan muda yang lebih rentan terhadap pengaruh media sosial.³

TikTok merupakan sebuah platform media sosial yang diluncurkan pada tahun 2016 pengguna dapat memberikan informasi secara singkat dan mudah dicerna melalui video pendek, hal ini memungkinkan penyebaran informasi, yang cepat dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara global. aplikasi besutan perusahaan teknologi asal Tiongkok *Byte Dance* ini menduduki posisi unduhan terbanyak. Tercatat 672 juta kali jumlah unduhan yang dilakukan oleh seluruh pengguna di jagat raya pada tahun 2022 namun khususnya di Indonesia setelah mendapat banyak laporan negatif yang muncul pada aplikasi TikTok dari masyarakat. Kementerian Komunikasi dan Informatika mengumumkan selasa 3 Juli 2018 resmi memblokir TikTok. Kominfo memblokir delapan nama domain atau DNS yang terkait dengan TikTok. Pemblokiran aplikasi yang tengah fenomenal tersebut didasari oleh hasil pantauan Tim AIS atau mesin pengais internet Kominfo.

Tidak hanya itu, laporan agar TikTok diblokir juga berasal dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak karena pada saat itu TikTok di khawatirkan memberi dampak yang negatif pada anak-anak yang menggunakan atau menonton konten yang di produksi didalamnya.⁴ Terlepas dari kritikan terhadap aplikasi tersebut Kementerian PPPA resmi membuka kembali dengan berbagai pertimbangan sehingga TikTok menjadi aplikasi yang digemari kembali dan menjadi trend populer hingga berkembang dengan berbagai tren dan budaya baru setiap hari salah satunya narsisme.⁵

³ Perloff R. M. (2014). Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research. *Sex Roles*, (2014) 363–377.

⁴https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media Diakses pada 20 Maret 2023

⁵<https://www.google.com/amp/s/www.liputan6.com/amp/3584775/sempat-diblokir-tik-tok-akhirnya-bisa-dibuka-lagi> Diakses pada 20 Maret 2023

Budaya narsisme mengacu pada tingginya tingkat kepercayaan diri yang ditandai oleh sikap yang terlalu mengagumi diri sendiri. Dampaknya dapat berupa gangguan kepribadian yang mengurangi empati dan ketidakpedulian terhadap perasaan orang lain.⁶ Sigmund Freud adalah orang yang pertama kali mempopulerkan istilah narsisme dan mendefinisikannya sebagai sebuah pembawaan cinta diri yang memungkinkan pemikiran untuk dapat berinteraksi dengan orang lain dengan adanya rasa membanggakan diri sendiri secara berlebihan, seperti yang dilakukan oleh seorang tokoh dalam mitos Yunani yang bernama Narkissos (Narcissus) yang sangat mencintai bayangannya sendiri di kolam dan tanpa sengaja menjulurkan tangannya, sehingga membuatnya tenggelam.⁷

Tidak bisa dipungkiri kemunculan aplikasi TikTok membawa dampak positif selain menjadi media komunikasi juga menjadi akses informasi tercepat namun aplikasi TikTok juga membawa dampak negatif seperti banyak video yang menampilkan laki-laki dan perempuan berpakaian seksi atau menampilkan bagian tubuh mereka yang seharusnya tidak layak untuk menjadi konsumsi publik sehingga lambat laun akan menjadi pribadi yang narsistik.⁸

Dari media informasi menjadi media komersial, TikTok menghadirkan berbagai macam fitur menarik. Salah satu fitur unggulannya yaitu fitur belanja bernama *TikTok Shop* pengguna dapat melakukan siaran langsung (*live streaming*). Fitur ini diciptakan sebagai salah satu upaya yang dilakukan TikTok untuk menarik minat dan memudahkan para penggunanya. Mengutip laman resminya, *TikTok Shop* adalah fitur *social e-commerce* yang memungkinkan pengguna maupun para kreator mempromosikan dan menjual produk sekaligus melakukan aktivitas belanja. Berkat kehadiran fitur belanja

⁶ Shania Liang, Kecenderungan Perilaku Narsistik Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, dalam *Jurnal Experientia* Vol. 9, No. 1 (Juli 2021), 34.

⁷ Kees Bertens, *Psikoanalisis Sigmund Freud* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016), 28.

⁸ Trie Damayantie dan Ilham Gemiharto, "Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagai Video Bagi Anak-Anak Di Bawah Umur Di Indonesia," dalam *Jurnal Communication* 10 (April 2019), 11.

di aplikasi besutan *Byte Dance* tersebut, aplikasi TikTok makin digandrungi oleh banyak orang karena dianggap sebagai platform yang multifungsi.⁹

Dari berubahnya TikTok yang dulunya sebagai media informasi kini berkembang sebagai platform komersial *e-commerce* tersebut memiliki performansi tubuh yang berbeda sehingga menghadirkan pose-pose tubuh seperti pose yang sering dikaitkan dengan narsisme adalah pose *superioritas* yaitu individu cenderung mengadopsi pose yang mengungkapkan keangkuhan dan superioritas, seperti menonjolkan dada, menjulurkan dagu, dan menjaga postur tubuh yang tegap. Sedangkan pose tubuh yang terkait dengan selfisem adalah *duck face* pose ini melibatkan menggelembungkan bibir seperti paruh bebek sering kali dengan kepala sedikit condong untuk menciptakan tampilan yang menggemaskan atau seksi dan *pose pouty lips* individu yang cenderung mengedepankan bibir penuh dan terangkat dengan sedikit senyum untuk menciptakan penampilan yang menarik dan menawan. Dan yang terakhir Patologi merupakan bentuk ekstrem dari narsisme yang ditandai oleh grandiositas yang berlebihan, kurangnya empati, dan kebutuhan konstan akan pengakuan diri.¹⁰

Performansi tubuh di TikTok adalah hyprealitas, tubuh di TikTok tidak hanya merepresentasikan individu yang sebenarnya tetapi juga merupakan hasil dari proses rekonstruksi dan representasi melalui medium digital. Sehingga saya tertarik untuk membaca bekerjanya TikTok dengan mempertanyakan narsisme tubuh. Dengan mengangkat berbagai problematika sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas maka penting untuk mengkaji lebih lanjut masalah Narsisme Tubuh Pada Platform Komersial TikTok: *Religion Alienation Syndrome*.

⁹ <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>. Diakses pada 17 Mei 2023.

¹⁰ Michael L. Crowe, Narcissism and Narcissistic Personality Disorder: Moving toward a trifurcated model, *Narcissim Oxford Handbook*. 35-45

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas peneliti merumuskan permasalahan yang akan dianalisis sebagai berikut:

1. Bagaimana proses kompetisi kelas sosial di kalangan para TikTokers sehingga membentuk *alienation syndrome*?
2. Bagaimana kesadaran agama yang dimiliki para TikTokers ketika dia berdialektika dengan kompetisi sosial yang sangat ketat?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas merupakan tujuan penelitian dan kegunaan thesis ini:

1. Tujuan penelitian:
 - a. Untuk mengetahui ruang sosial di kalangan TikTokers sehingga membentuk *religion alienation syndrome*.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh kompetisi sosial yang sangat ketat terhadap kesadaran agama di kalangan TikTokers.
2. Manfaat penelitian
 - a. Manfaat teoritis
 - 1) Manfaat teoritis penelitian ini berharap sebagai penambah pemahaman mengenai Narsisme Tubuh pada Platform Komersial TikTok: *Religion Alienation Syndrome* serta penambah wawasan bagi penulis maupun pembacanya.
 - b. Penulis juga berharap dapat menjadi referensi dan sumber untuk penilaian selanjutnya, khususnya mengenai Narsisme Tubuh pada Platform Komersial TikTok: *Religion Alienation Syndrome*. Melalui penelitian ini, penulis berkeinginan mampu memberkan informasi kepada mahasiswa tentang Narsisme Tubuh pada Platform Komersial TikTok.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan hasil penelusuran dari penelitian penulis ada beberapa penelitian yang membahas terkait dengan Narsisme Tubuh pada Platform Komersial TikTok: *Religion Alienation Syndrome*. topik penelitiannya menempati banyak penulis di berbagai kalangan akademisi, baik di kalangan kajian budaya, media, ilmuwan agama dan lintas budaya maupun di kalangan sosiologi yang memiliki keunikan tersendiri dalam tulisan-tulisannya, diantaranya adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Robert C. Ziller dengan judul *The Alienation Syndrome: A Triadic Pattern of Self-Other Orientation* Ziller membahas tentang sindrom alienasi dan juga membahas dampak psikologis dan cara mengatasi sindrom alienasi. Sindrom alienasi adalah keadaan ketidakseimbangan dalam hubungan antara diri sendiri, orang lain, dan lingkungan. Ziller mengidentifikasi tiga pola interaksi yang terkait dengan sindrom alienasi, yaitu alienasi diri, alienasi orang lain, dan alienasi lingkungan. Pola-pola ini saling terkait dan menciptakan pola-pola interaksi yang tidak seimbang antara individu dengan dirinya sendiri, orang lain, dan lingkungannya. Alienasi diri terjadi ketika individu merasa terasing dari dirinya sendiri, kehilangan rasa koneksi dan makna dalam hidupnya. Hal ini dapat terjadi ketika individu tidak merasa puas dengan diri mereka sendiri atau merasa terjebak dalam situasi atau kondisi yang tidak mereka sukai. Alienasi orang lain terjadi ketika individu merasa terasing dari orang lain merasa tidak diterima atau tidak memiliki hubungan yang sehat dengan orang lain. Hal ini dapat terjadi ketika individu merasa tidak bisa berkomunikasi dengan orang lain atau merasa dasingkan dari kelompok sosial yang mereka inginkan. Sementara itu alienasi lingkungan terjadi ketika individu merasa terasing dari lingkungan fisik atau sosial tempat mereka tinggal. Hal ini dapat terjadi ketika individu merasa tidak nyaman dengan lingkungan atau situasi yang mereka hadapi.

Sindrom alienasi dapat muncul dalam berbagai konteks termasuk di tempat kerja, keluarga dan dalam konteks sosial yang lebih luas. Sindrom ini dapat menyebabkan masalah psikologis seperti kecemasan, depresi, dan masalah kesehatan mental lainnya. Hal ini dapat pula mempengaruhi kesejahteraan individu dan produktivitas kerja mereka. Untuk mengatasi Sindrom Alianasi, Ziller menyarankan beberapa cara seperti meningkatkan komunikasi dan interaksi sosial meningkatkan keterlibatan dalam kegiatan yang memiliki arti bagi diri sendiri, dan menemukan cara untuk mengatasi perasaan tidak aman atau tidak nyaman yang muncul dalam konteks yang menimbulkan sindrom alienasi. Selain itu, Ziller juga menyarankan agar individu mencari dukungan sosial yang dapat membantu mereka dalam mengatasi masalah yang mereka hadapi¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Mona Khattab dengan judul *Synching and performing: body (re)-presentation in the short video app TikTok* Artikel ini membahas tentang representasi tubuh di platform media sosial TikTok, khususnya dalam bentuk video pendek. Penulis, Mona Khattab, menyelidiki bagaimana pengguna TikTok memperlihatkan dan merepresentasikan tubuh mereka dalam konteks digital. Khattab menyoroti bahwa TikTok adalah platform yang unik dalam karena video pendek yang dibuat memiliki durasi yang sangat singkat dan harus menarik perhatian dalam waktu singkat. Oleh karena itu pengguna TikTok cenderung menggunakan gerakan tubuh dan ekspresi wajah yang dramatis dan ekspresif untuk menarik perhatian penonton.

Penulis juga membahas bagaimana pengguna TikTok menggunakan filter dan efek khusus untuk memodifikasi tampilan mereka, dan bagaimana penggunaan filter tersebut mempengaruhi representasi tubuh yang ditampilkan. Selain itu, penulis juga membahas bagaimana pengguna TikTok menggunakan musik dan tarian untuk mengekspresikan

¹¹ Robert C. Ziller, *The Alienation Syndrome: A Triadic Pattern of Self-Other Orientation*. Published By: American Sociological Association Vol. 32, No. 3 (Sep, 1969),14.

diri mereka, dan bagaimana ini dapat mempengaruhi citra tubuh yang mereka buat. Representasi tubuh di TikTok tidak selalu mencerminkan realitas fisik pengguna. Sebaliknya, banyak pengguna TikTok menggunakan platform tersebut untuk menciptakan karakter atau persona baru yang berbeda dari diri mereka sendiri. Hal ini dapat mempengaruhi cara orang melihat dan memahami tubuh mereka dalam konteks digital. Secara keseluruhan, artikel ini membahas tentang bagaimana pengguna TikTok merepresentasikan tubuh mereka melalui video pendek dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi cara orang memahami tubuh dalam konteks digital. Khattab menyoroti penggunaan gerakan tubuh, filter, musik, dan karakter fiksi dalam representasi tubuh di TikTok dan menunjukkan bahwa penggunaan platform ini dapat mempengaruhi cara orang memahami dan mempresentasikan diri mereka dalam konteks digital.¹²

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Jonna Bayliss Larsen-Ledet dengan judul *Body Positive Content on TikTok: A Critical Study on How Body Positive Content on Social Media Can Reinforce Body Negative Discourses* Penelitian ini membahas fenomena konten positif tubuh atau *body positive* di media sosial TikTok, dan mengidentifikasi potensi adanya dampak negatif dari konten tersebut. Konten *body positive* di TikTok seringkali bertujuan untuk mempromosikan penerimaan diri dan menghargai berbagai bentuk tubuh termasuk yang berbeda dari standar kecantikan yang diterima secara umum, peneliti menyoroti bahwa konten *body positive* di TikTok seringkali beroperasi dalam konteks sosial yang berbeda dan menekankan pada penilaian fisik yang tidak realistis.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam analisis konten *body positive* di TikTok, dan menemukan bahwa konten tersebut dapat memperkuat diskursus negatif tentang tubuh. Khususnya, konten *body positive* di TikTok seringkali berfokus pada penggunaan kosmetik dan

¹² Mona Khattab, *Synching and performing: body (re)-presentation in the short video app TikTok* (University of Vaasa: Filmiverkko ry., 2020), 2-11.

operasi plastik untuk mencapai standar kecantikan yang diterima secara umum. Dalam hal ini, konten *body positive* di TikTok dapat memperkuat pesan bahwa tubuh yang ideal hanya dapat dicapai dengan cara tertentu, yang pada akhirnya dapat memperkuat tekanan sosial yang tidak sehat terhadap tubuh dan citra diri.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pentingnya mempertimbangkan konteks sosial yang terkait dengan penggunaan media sosial dalam memahami pengaruh konten *body positive*. Peneliti menyarankan agar pengguna media sosial harus lebih kritis dan bijak dalam memilih dan mengonsumsi konten yang mereka akses, serta mempertimbangkan pengaruh yang mungkin dimilikinya terhadap persepsi mereka tentang tubuh dan citra diri. Selain itu, peneliti juga menyarankan bahwa konten *body positive* di TikTok harus lebih memperhatikan konteks sosial yang terlibat dalam upaya untuk mempromosikan penerimaan diri dan penghargaan terhadap berbagai bentuk tubuh¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Kateryna Karpova & Oksana Borymska dengan judul *My cyber self: identity presentation on TikTok* Penulis menjelaskan bahwa TikTok memberikan pengguna kesempatan untuk mengekspresikan diri mereka dengan cara yang kreatif dan unik. Dalam artikel ini membahas berbagai cara bagaimana pengguna TikTok dapat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia untuk membangun citra diri mereka sendiri di media sosial. Selain itu, juga membahas mengenai dampak yang dapat ditimbulkan oleh identitas digital yang dibangun oleh pengguna TikTok.

Penulis membahas bagaimana identitas digital dapat memengaruhi persepsi orang terhadap diri kita serta bagaimana kita dapat mengendalikan citra yang kita bangun di media sosial. Penulis juga menyampaikan beberapa saran bagi pengguna TikTok tentang bagaimana

¹³ Jonna Bayliss Larsen-Ledet, *Body Positive Content on TikTok: A Critical Study on How Body Positive Content on SocialMedia Can Reinforce Body Negative Discourses*. (Jonkoping University: Spring, 2022), 39.

membangun identitas digital yang positif dan autentik. Penulis menekankan pentingnya untuk mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan oleh konten yang diunggah, serta pentingnya untuk menjadi diri sendiri dan tidak memaksakan citra palsu di media sosial. Artikel ini membahas topik yang relevan dan menarik, serta memberikan wawasan tentang bagaimana pengguna TikTok memanfaatkan platform tersebut untuk membangun identitas digital mereka.¹⁴

Penelitian dengan judul *Research on the commercial model and marketing strategy of Tik Tok live streaming* yang ditulis oleh Zhuoyao Wu. Dengan pembahasan bahwa Tik Tok sebuah platform media sosial yang populer di seluruh dunia telah menciptakan gelombang baru dalam hal pengalaman pengguna. Salah satu fitur yang menonjol di Tik Tok adalah live streaming, di mana pengguna dapat memperlihatkan diri mereka secara langsung kepada penggemar mereka dan memberikan hiburan atau informasi secara real-time. Namun meskipun live streaming di TikTok telah menjadi sangat populer masih banyak yang belum memahami secara detail model bisnis dan strategi pemasaran yang digunakan oleh platform ini dalam memonetisasi fitur tersebut. Pada bagian pertama, penulis membahas model bisnis Tik Tok live streaming dan menjelaskan bagaimana platform ini menghasilkan pendapatan melalui fitur gifts dan iklan. Penulis juga menjelaskan tentang bagaimana platform ini membagikan pendapatan dengan pengguna dan creator konten, serta bagaimana hal ini mempengaruhi motivasi mereka dalam menciptakan konten.

Bagian kedua membahas strategi pemasaran TikTok live streaming. Penulis menjelaskan bahwa platform ini memanfaatkan promosi dan kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan kehadiran mereka. Penulis juga membahas tentang penggunaan fitur "gifts" sebagai

¹⁴ Kateryna Karpova & Oksana Borymska, My cyber self: identity presentation on TikTok. (Taras Shevchenko National University of Kyiv; Institut filologi. ISSN 2311-2697. 2022), 126-127.

sumber pendapatan dan bagaimana data digunakan untuk memahami preferensi pengguna dan membuat keputusan bisnis yang lebih cerdas. Pada bagian ketiga, penulis membahas tantangan dan peluang yang dihadapi oleh bisnis live streaming Tik Tok di masa depan. Penulis menyebutkan bahwa pengaruh regulasi dan kebijakan privasi dapat mempengaruhi bisnis ini serta kemungkinan perkembangan dan inovasi yang akan terjadi di masa depan.¹⁵

E. Kerangka Teori

1. Robert C. Ziller

Istilah alienasi diidentikkan dengan suatu kondisi keterasingan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah alienasi berarti keadaan merasa terasing (terisolasi).¹⁶ Pembahasan mengenai alienasi bukanlah merupakan suatu tema yang baru di dalam perjalanan pemikiran filsafat. Hegel dan Feuerbach adalah tokoh-tokoh yang membahas pemikiran mengenai alienasi. Kemudian, pemikiran mereka ini dilanjutkan secara cermat oleh Karl Marx. Marx mendasarkan pemikiran alienasinya pada kehidupan para buruh, terutama di dalam sistem kapitalisme.

Kehidupan para buruh telah berlangsung sejak revolusi industri pertama. Revolusi industri yang berlangsung di beberapa negara menciptakan dua kelas sosial, yaitu kaum buruh dan kaum pemodal. Dua kelas sosial tercipta dari revolusi industri ini dapat menimbulkan pertentangan kepentingan. Contoh di era Revolusi Industri 4.0 yang semakin mutakhir dengan kemajuan teknologi tetap mempunyai sisi kehidupan dari para buruh atau pekerja yang berbeda kepentingan dengan para pemodal.¹⁷

Teori alienasi Karl Marx menggambarkan bagaimana buruh dalam masyarakat kapitalis merasa terasingkan dari diri mereka sendiri, pekerjaan

¹⁵ Zhuoyao Wu., Research on the commercial model and marketing strategy of Tik Tok live streaming, (Shanghai Adcote school: BCP Buisness & Management, Volume 31, 2022), 343.

¹⁶ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia (Digital Version), Jakarta: Pusat Bahasa, 2011

¹⁷ Franz Magnis-Suseno, Pemikiran Karl Marx dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 87.

mereka, sesama manusia, dan alam. Dalam masyarakat kapitalis, produksi dilakukan untuk tujuan keuntungan, bukan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam kondisi ini pekerja dianggap sebagai faktor produksi sehingga mereka tidak memiliki kendali atas pekerjaan mereka dan hasil dari pekerjaan mereka. Akibatnya pekerja kehilangan kontrol atas hidup mereka dan merasa terasing dari diri mereka sendiri, pekerjaan mereka, sesama manusia dan alam.

Berdasarkan teori Karl Marx *self alienation* Robert C. Ziller mengkaji lebih mendalam dalam essainya yang berjudul *The Alienation Syndrome a Triadic Pattern of self-other Orientation* dia menjelaskan bahwa anak-anak dengan rentang usia antara 7 hingga 14 tahun yang menempatkan diri mereka secara topologis dalam kelompok yang didominasi oleh teman sebaya dibandingkan dengan diluar kelompok mereka lebih suka berpartisipasi dalam kegiatan kelompok daripada kegiatan sendiri. Contoh lain Remaja keturunan India, Asia (anggota kelompok keluarga yang relatif tertutup dan padu) dibandingkan dengan sampel remaja Amerika yang sebanding menunjukkan minat sosial yang lebih tinggi. Dan Terakhir diantara anak-anak Amerika di kelas satu hingga enam, minat sosial mereka meningkat seiring bertambahnya usia.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**Means and t-Tests of Self-Other
Orientation Task Responses of Negro
Compared with White Subjects**

Self-Other Orientation	Negro (N=45)	White (N=83)	t	p
Self Esteem	2.3 ^a	2.4	3.25	N.S.
Social Interest	2.6	3.9	3.25	<.01
Self Centrality	2.8	1.7	3.44	<.01

^aAgain, a low score indicates high self esteem, whereas with regard to social interest and self centrality scores, a high score indicates high social interest or high self centrality.

Orang Amerika keturunan Negro yang sering kali mendapatkan ejekan karena warna kulitnya, dan terisolasi secara sosial dalam banyak hal, Alienasi paling khas terjadi pada individu-individu yang tidak mendapatkan partisipasi penuh dan setara dalam masyarakat Amerika. Sesuai dengan teori psikologi sosial tentang alienasi yaitu rendahnya harga diri, kecenderungan untuk mengisolasi diri dan sikap umum yang penuh ketidakberdayaan dari orang Amerika. Subjek penelitian ini adalah 43 orang Negro dan 83 anak laki-laki dan perempuan kulit putih dari kelas 6 di 10 sekolah di Delaware dan Maryland. Sampel awal melibatkan jumlah yang sama antara anak laki-laki dan perempuan berdasarkan ras, tetapi karena adanya data yang kurang valid rasio tersebut sedikit bervariasi untuk masing-masing dari tiga ukuran 74% dari sampel negro awal adalah siswa di sekolah-sekolah terpisah. 79% dari sampel kulit putih awal berada di sekolah-sekolah terintegrasi data tersebut atau dikumpulkan pada bulan Mei 1965.

Mekanisme bimbingan yang tidak terorganisir dan sering kali dianggap merendahkan terutama pada anak-anak dengan masalah perilaku,

pasien neuropsikiatri dan pria yang lebih tua cenderung mengalami penarikan diri sosial. Anggota kelompok minoritas yang tidak terorganisir dan sering kali ditandai stigma hanya menerima rasio penguatan sosial yang rendah dibandingkan dengan penguatan positif. Tingkat penguatan sosial yang rendah saat ini diasumsikan menjadi dasar harga diri. Orang yang memiliki harga diri tinggi secara berulang kali terbukti memiliki identifikasi yang kuat dengan orang tua mereka. Dengan mengasumsikan pentingnya penguatan sosial dalam etiologi sindrom alienasi, proses alienasi dapat disebabkan oleh pengucilan yang dilakukan oleh kelompok yang mendominasi, terutama jika kelompok tersebut juga mengendalikan sistem penghargaan. Pengucilan ini cenderung dikaitkan dengan penurunan nilai diri dan perasaan terpinggirkan, sehingga individu cenderung membenarkan dirinya sendiri. Melalui pengucilan tersebut, sindrom alienasi degeneratif dapat dipicu dengan mengambil justifikasi dari pihak yang melakukan pengucilan awal.¹⁸

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode netnografi yaitu perpanjangan dari metode etnografi. Netnografi adalah metode penelitian dan observasi di dunia maya yang dapat dilakukan dengan mengamati setiap kegiatan di dunia virtual, notabene nentnografi menyediakan informasi terkait dengan simbol, desain, tanda dan makna, netnografi dilakukan dengan melakukan pengamatan partisipatif di dalam lingkungan digital, di mana peneliti secara aktif terlibat dalam interaksi dan pengamatan pada kelompok yang diteliti. Dalam pengamatan ini, peneliti mencatat segala interaksi yang terjadi di dalam lingkungan digital yang diteliti, termasuk postingan, komentar, pesan, dan konten digital lainnya yang dibagikan oleh kelompok yang diteliti.

¹⁸ Robert C. Ziller "The Alienation Syndrome a Triadic Pattern of self-other Orientation", Washington: Universitas Oregon, 1969, 15-17.

Selain melakukan pengamatan, peneliti juga dapat menggunakan wawancara online dan survei online untuk mendapatkan data tambahan yang lebih mendalam. Dalam netnografi, data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode analisis tematik, *grounded theory*, dan analisis naratif.¹⁹ Melalui metode ini penulis melakukan observasi dengan menggunakan *computer mediated communications* sebagai sumber data untuk memperoleh pemahaman dari etnografi dan representasi fenomena komunal.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah subjek atau fenomena yang akan diteliti berdasarkan dengan rumusan permasalahan yang sedang terjadi, objek penelitian ini. Adapun yang menjadi objek penelitian penulis adalah pada *plat form* Tik Tok.

Menurut Sugiono, objek penelitian adalah hal, kejadian, atau situasi yang menjadi fokus dari penelitian yang akan dilakukan. Sehingga dapat memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu terkait dengan hal yang objektif, *reliable* dan valid tentang suatu hal (variabel tertentu)²⁰

1. Sumber Data

Dalam pengumpulan dan penggunaan sumber data, penting untuk memperhatikan validitas, reliabilitas, dan akurasi data yang digunakan. Hal ini akan memastikan bahwa data yang digunakan dapat dipercaya dan relevan untuk tujuan analisis atau pengambilan keputusan yang akan dilakukan. Dalam memperoleh sumber data penulis menggunakan dua cara yaitu sumber data primer dan sekunder diantaranya adalah:

- a) Sumber data primer yang merupakan sentral data yang akan diperoleh oleh penulis mulai dari unggahan-unggahan video, foto hingga live streaming pada aplikasi Tik Tok. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah informan CA, FA, HK, IH, KI, MA, MR, MS,

¹⁹ Robert V. Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* (London: Sage Publication, 2010). 60.

²⁰ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012). 144

RA, yang merupakan TikTokers dengan metode penjualan produk atau layanan menggunakan fitur live streaming pada platform TikTok, Pemilihan informan berdasarkan pada tiga kategori tampilan tubuh vulgar, yaitu *Mild Vulgarity*, *Moderate Vulgarity* dan *Extreme Vulgarity*.

- b) Sumber data sekunder merupakan data pendukung atau data tambahan yang akan menguatkan data yang diperoleh dari data primer. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan dari berbagai sumber internet, buku hingga artikel-artikel maupun dari pemberitaan yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, ada beberapa teknik pengumpulan data yang baru dan inovatif dapat digunakan, seperti teknologi sensor dan pengumpulan data digital. Teknik-teknik ini dapat mempermudah pengumpulan data dan memberikan hasil yang lebih akurat.²¹ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data secara netnometodologi (netnography) dan photography.

Netnometodologi adalah sebuah metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk mempelajari perilaku manusia dalam lingkungan online. Netnometodologi menggabungkan antara teknik etnografi (mengamati dan mencatat fenomena dalam kehidupan sehari-hari) dengan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengumpulkan data dari aktivitas online seperti forum, blog, media sosial, dan situs web.²² Sedangkan berdasarkan penjelasan Maulana yang diuraikan dalam tulisan Moh Soehada mengungkapkan bahwa photography dan videography merupakan teknik yang dilakukan dengan menganalisis foto dan video yang diunggah pada

²¹ Creswell, J. W., "Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage publications." (2014), 82.

²² <https://communication.binus.ac.id/2018/09/24/etnografi-komunikasi-dan-netnografi/> diakses tanggal 07, Mei 2023 pukul 18:43 WIB.

media sosial oleh informan atau yang dilakukan oleh peneliti dalam merekam kegiatan informan.²³

TikTok dirancang sebagai platform hiburan yang memungkinkan pengguna untuk menonton video pendek yang kreatif dan menghibur dari pengguna lain karena Tik Tok memberikan pengguna kesempatan untuk mengekspresikan diri mereka sendiri melalui video pendek yang mereka buat dan masih banyak kegunaan lainnya seperti alat promosi *live streaming* penjualan produk, koneksi sosial dan sebagainya sehingga dari unggahan dan *live streaming* tersebut diambil dalam mendapatkan data sebagaimana Robert V.Kozinets mengatakan bahwa: “*Netnographers benefit from the fior transcription of posted text, images, and other message*”.²⁴

Unggahan Tik Tok juga berupa Teks Overlays, yang digunakan untuk menambahkan teks ke video pengguna aplikasi. Pengguna dapat memilih dari berbagai gaya dan ukuran teks, dan menempatkannya di lokasi yang diinginkan pada video begitupun pada deskripsi video setiap video juga memiliki deskripsi yang bisa diisi dengan teks. Oleh karenanya penulis melakukan pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan pengamatan secara online untuk melihat apa saja konten yang diproduksi pada platform TikTok yang mengintrperetasikan narsisme tubuh. Dokumentasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini baik itu berupa unggahan pada platfom TikTok, *live streaming* hingga media sosial lain yang menjadi akun resminya.

5. Teknik Analisis Data

Secara umum, analisis data sama dengan pencarian isi dan gambaran dari data yang ditemukan, yakni berupa wacana dan tanda-tanda yang timbul, objek atau informasi material. Dalam menganalisis data termasuk menguji, menyotir, mengkategorikan, mencatat,

²³ Moh Soehada, Metodologi Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama (Yogyakarta: Suka-Press, 2018).

²⁴ V. Kozinets, Netnography: Doing Ethnographic Research Online. 104

membandingkan, mensintesis, dan merenungkan data yang direkam dan meninjau data mentah dan yang direkam.²⁵ Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis psikologi tubuh yaitu cara untuk memahami hubungan antara aktivitas fisik dan proses mental manusia. Pendekatan ini didasarkan pada pemahaman bahwa aktivitas fisik, seperti gerakan tubuh dan reaksi fisiologis, dapat merefleksikan proses mental dan emosional yang terjadi dalam diri manusia.²⁶ Penulis menganalisis data secara sistematis yang terdapat dari foto-foto, video yang di unggah secara online. Menganalisis data dengan cara mengorganisasikan atau mengelompokkan dan membandingkan untuk bisa dikelola sebelum menggabungkan, dan terakhir menetapkan untuk menarik kesimpulan. Tubuh adalah simulacra ketika berada dalam medium digital, tubuh adalah tanda yang dapat dimaknai dengan berbagai macam persepsi.



Bagan 1.1 Metodologi Analisis Data

²⁵ Ibid.240

²⁶Cacioppo, J. T., Tassinary, L. G., & Berntson, G. G. (2007). Handbook of psychophysiology (3rd ed.). Cambridge University Press.

Berdasarkan bagan di atas bahwa. Tubuh yang dihasilkan di TikTok tidak hanya merepresentasikan individu yang sebenarnya, tetapi juga merupakan hasil dari proses rekonstruksi dimana ketika menggunakan analisis Jean Baudrillard penulis dapat membaca lebih jauh simulacra tubuh dari individu yang narsistik di TikTok. Yang meliputi pada pemanfaatan atau eksploitasi fisik seseorang, terutama laki-laki dan perempuan, dalam konteks konten di platform tersebut. Beberapa video di TikTok dapat mengandung unsur-unsur yang mengeksploitasi penampilan fisik seseorang, mempromosikan body shaming, atau bahkan mendukung konten yang tidak sehat terkait tubuh. Hal ini dapat menciptakan tekanan sosial dan membentuk persepsi yang tidak realistis mengenai standar kecantikan dan citra tubuh,

Alienasi dalam konteks TikTok mengacu pada perasaan terasing atau terpisah dari diri sendiri atau lingkungan sosial, hal ini menunjuk pada fenomena ketimpangan ekonomi yang tercermin dalam dinamika TikTok. Meskipun platform ini menyediakan kesempatan bagi beberapa pengguna untuk mencapai ketenaran, popularitas, atau potensi penghasilan melalui iklan atau endorsement, namun kenyataannya, sebagian besar pengguna tetap berada di posisi yang tidak sebanding. Terdapat kesenjangan antara kreator konten yang sukses secara finansial dan mereka yang berjuang untuk menonjol atau bahkan hanya mendapatkan sedikit perhatian. Fenomena ini menggambarkan peran kapitalisme dalam menciptakan ketidaksetaraan ekonomi yang mendasari struktur sosial.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dan penyusunan Tesis ini, maka perlu disusun sistematika penulisan, sistematika penulisannya dijelaskan sebagai berikut: bagian awal, bagian utama dan bagian akhir. Bagian awal merupakan halaman sampul, halaman judul, pernyataan keaslian, nota dinas pembimbing, nota dinas konsultasn, pengesahan tesis, halaman motto, halaman persembahan, abstrak, kata pengantar dan daftar isi. Sedangkan bagian utama terdise dari empat bab, yaitu:

Bab I meliputi pembahasan yang terkait dengan latar belakang yang membahas mengenai seberapa penting dan menariknya tema yang diangkat untuk dijadikan sebuah penelitian. Selanjutnya rumusan masalah yang hendak dijawab dalam penelitian ini, kemudian tujuan dan kegunaan penelitian penelitian yang mengarahkan maksud yang ingin dituju dari pertanyaan-pertanyaan yang ada di rumusan masalah. Untuk melihat penelitian ini dari penelitian-penelitian lainnya, maka Bab ini juga dilengkapi dengan kajian pustaka. Setelah kajian pustaka, dilanjutkan dengan pembahasan mengenai kerangka teori yang dipakai dalam penelitian ini. Kemudian diikuti dengan pembahasan mengenai metode pengumpulan dan analisis data.

Bab II menjelaskan terkait pertumbuhan kapitalisme, Sejarah munculnya TikTok sehingga menjadi instrument akselerasi kapitalisme dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi akses informasi dan komunikasi semakin mudah sehingga pada metode pemasaran layanan dan produk marak di dunia maya semakin berkembang, begitupun dengan perubahan TikTok selain menjadi media informasi juga menjadi wadah komersial.

Bab III menguraikan terkait dengan psikologi sosial faktor penyebab alienasi dikalangan TikTokers dan presentasi tubuh vulgar yang ditampilkan.

Bab IV memaparkan analisis faktor parsial keterasingan agama dan bekerjanya simulacra di ruang digital, serta bagaimana TikTokers membentuk sinyal sensual sebagai metode memasarkan produk dan layanannya.

Bab V merupakan bagian akhir dari penulisan karya ilmiah yang berisi kesimpulan dari seluruh pembahasan penelitian, serta dilengkapi dengan saran yang menjadi pertimbangan jika akan mengadakan penelitian lanjutan. Bagian akhir dari tesis ini memuat daftar pustaka dan lampiran-lampiran terkait.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Narsisme Tubuh pada Platform Komersial TikTok: *Religion Alienation Syndrome* secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor penyebab *religion alienation* dikalangan TikTokers adalah kultur kapitalisme yang mendorong persaingan sengit di ruang digital, Akibatnya para TikTokers dengan sadar melakukan berbagai cara yang tidak senonoh dalam meningkatkan popularitasnya yaitu dengan menampilkan presentasi tubuh vulgar hal tersebut memicu keterasingan agama.

Sistem ekonomi kapitalis yang bergerak berdasarkan pada profit menuntut aktor-aktor ekonomi khususnya para TikTokers untuk dapat saling berkompetisi dengan meningkatkan produktifitas mereka dengan cara apapun, kemajuan yang melekat ternyata tidak selalu berada pada hal positif, karena akan melahirkan degradasi moral, seperti halnya dikalangan TikTokers yang mencampurkan antara kesalahan dan kesalehan dengan sadar, atau disebut sebagai ambivalensi.

Ambivalensi dalam konteks kesalehan di kalangan TikTokers muncul sebagai perasaan bercampur antara tindakan yang salah dan yang benar. Meskipun mereka sadar akan perbedaan ini, ambivalensi ini dipengaruhi oleh percepatan kapitalisme yang semakin menggerogoti. Sikap ambivalen ini dapat membuat sikap mereka menjadi tidak stabil dan berdampak pada keterasingan agama secara berkelanjutan. Di era digital saat ini, media sosial seperti TikTok memberikan peluang besar bagi TikTokers untuk mengekspresikan diri secara bebas. Namun, ambivalensi membuat mereka mencampurkan kesalehan dengan presentasi diri yang vulgar dan bias. Hal ini sebagian besar dipicu oleh dorongan untuk mencapai remunerasi kapital. Para TikTokers mempresentasikan diri agar diterima oleh orang lain dengan cara yang tidak senonoh. Ini tidak hanya

merupakan produk sosial, tetapi juga didasari oleh motivasi psikologis yang kuat. Meskipun mereka berada dalam situasi ambivalen, hal ini tidak menjadi penghalang untuk berkompetisi di ruang TikTok.



DAFTAR PUSTAKA

- Allan & Barbara Pease, *Kitab Bahasa Tubuh*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Anthony Synnot, *Tubuh Sosial*, Jogjakarta: Jalasutra, 2007.
- Ardhie Raditya, *Sosiologi Tubuh*, Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014.
- Baron, Robert A. *Psikologi Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Barr, N, *Economics of the Welfare State*. 2004: Oxford University Press.
- Barta, Sergio. *Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience*. (Journal of Retailing and Consumer Services, 2023), 8.
- Barthes, Roland. *Camera Lucida: Reflections on photography*. London, England Hill & Wang
- Bayliss, Jonna, and Larsen-Ledet, *Body Positive Content on TikTok: A Critical Study on How Body Positive Content on Social Media Can Reinforce Body Negative Discourses*. Jonkoping University: Spring, 2022.
- Bertens, Kees. *Psikoanalisis Sigmund Freud*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- Bockover, M. (2003), Confucian values and the Internet: A Potential Conflict, *Journal of Chinese Philosophy*, Vol. 30. No. 2.
- Branden, N. (1992). *The Power of Self-Esteem*. Florida: Health Communication.
- Budrillard, *Masyarakat Konsumsi*, Jogjakarta: Kreasi Wacana 2006.
- Cacioppo, J. T., Tassinary, L. G., & Berntson, G. G. (2007). *Handbook of psychophysiology* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Construct. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33(1).
- Crowe, Michael L. *Narcissism and Narcissistic Personality Disorder: Moving toward a trifurcated model*, *Narcissim Oxford Handbook*.
- Damayantie, Trie dan Ilham Gemiharto, "Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagi Video Bagi Anak-Anak Di Bawah Umur Di Indonesia," dalam *Jurnal Communication*, 10 April 2019.

- E. Barker, (2005), *Crossing the Boundary: New Challenges to Religious Authority and Control as a Consequence of Access to the Internet*. Dalam M. Hojsgaard & M. Warburg (Eds.), *Religion and Cyberspace*, London: Routledge.
- Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, N.Y. Doubleday, 1959
- Fermansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*, (CV Budi Utama:2018).59.
- Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi*, Jogjakarta: Kreasi Wacana 2000.
- Hesmondhalgh, D. *The Cultural Industries*. London: SAGE Publications Ltd, 2013.
- <https://cascadepolicy.org/economic-opportunity/milton-friedman-everyone-is-greedy-no-ones-an-angel-and-thats-ok/> Diakses pada 11 September, 2023
- https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok#Perluasan_di_pasar_lainnya diakses pada tanggal 13 Juli 2023.
- https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok#Perluasan_di_pasar_lainnya Diakses 15 Juli 2023
- https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok#Perluasan_di_pasar_lainnya Diakses 15 Juli 2023
- <https://influencermarketinghub.com/tiktok-creator-fund/> Diakses pada tanggal 15 Juli 2023
- <https://sosgama.iainpare.ac.id/2020/04/gejala-sosial-tiktok-dan-moralitas.html> Diakses pada 19 Mei 2023.
- <https://suarakebebasan.id/apakah-kapitalisme-membuat-seseorang-menjadi-rakus/?amp> Diakses pada 11 September, 2023
- <https://www.britannica.com/money/topic/mercantilism> Diakses tanggal 19 Juli 2023
- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/> apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya. Diakses pada 17 Mei 2023.

- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/> apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya. Diakses pada 17 Mei 2023.
- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/> apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya. Diakses pada 17 Mei 2023.
- <https://www.google.com/amp/s/www.liputan6.com/amp/3584775/sempat-diblokir-tik-tok-akhirnya-bisa-dibuka-lagi> Diakses pada 20 Maret 2023
- https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya- sementara/0/sorotan_media Diakses pada 20 Maret 2023
- <https://www.psychologytoday.com/us/basics/conformity> Diakses pada Tanggal 15 Agustus 2023
- <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/microeconomics/poverty-and- inequality/economic-inequality/> Diakses pada 11 Juli 2023
- IH, TikTokers, Wawancara via TikTok pada tanggal 25 Juli 2023.
- Ishomuddin, Pengantar Sosiologi Agama, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- J. Ashayeri, RP, Kampstra. "Demand Driven Distribution: Tantangan dan Peluang Logistik" (Departemen Ekonometrika dan Riset Operasi Universitas Tilburg (2005).
- Jameson, Fredric. *Postmodernism, or the cultural Logic of late Kapitalism*, University Press, 1984.
- Jandy E. Luik, *Media Sosial dan Presentasi Diri*, Syntifict Repository. Prodi Ilmu Komunikasi, UK Petra – Surabaya
- Juliana, Hellen. "Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop", *Sinomika Jurnal*: Vol 1 NO.6 2023.
- Kasiyan. (2008). *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak.
- Kushendrawati, S. M. (2011). *Hiperrealitas dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*. Jakarta: Penaku
- Khattab, Mona. *Synching and performing: body (re)-presentation in the short video app TikTok*, University of Vaasa: Filmiverkko ry., 2020.

- Kusrini, Potret Diri Digital dalam Seni dan Budaya Visual. *Journal of Urban Society's Arts*, 2015.
- Lance, Holber, R. The relationship between religiosity and Internet use. 2023 American Psychological Association. 750 First Street NE, Washington, DC 20002-4242
- Liang, Shania. Kecenderungan Perilaku Narsistik Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, dalam *Jurnal Experientia* Vol. 9, No. 1 Juli 2021.
- Liza, Lin. Winkler, Rolfe (9 November 2017). "Social-Media App Musical.ly Is Acquired for as Much as \$1 Billion". *wsj.com*. Diakses tanggal 15 Juli 2023.
- Mandas, Astrid Lingkan. Social Self-Esteem dan Fear of Missing Out Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Sinestesia*, Vol. 12, No. 1, 2022.
- Marghareta, Selu. Masyarakat Konsumen Sebagai Cipaan Kapitalisme Global: Fenomena Budaya dalam Realitas Sosial, *Jurnal Makara Sosial Humaniora*.
- Marx, Karl. *Critique of Hegel's Philosophy of Right* dalam *Karl Marx – Early Writings*, New York: Penguin Books, 1992.
- Marx, Karl. *Pre-capitalism economic formations*, (1857: New York International Publisher), 58.
- Maryam, *Psikologi sosial*, Sidoarjo: UMSIDA Press, 2018.
- Merriman, J. "A History of Modern Europe: From the Renaissance to the Present.", 1966: W.W. Norton & Company.
- Michel Foucault, *Disipline and Punish: The Birth of The Prison* (New Zealand: Pinguan Books)
- Munif, N. A. (2015). Sistem Ekonomi Islam Dialektika Antara Thesis, Antitesis Dan Plagiatis. *IAIN Tulungagung Research Collentions*, 2(1), 319–348.
- O'Brien, R., & Williams, M. *Global Political Economy: Evolution and Dynamics*. *Palgrave Macmillan*. London, Bloomsbury Publishing, 2016.
- Pellaeon, Lin. (22 Maret 2021). "TikTok vs Douyin: A Security and Privacy Analysis". *Citizen Lab*. Diakses tanggal 10 April 2023.

- Perloff R. M. (2014). *Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research*. Sex Roles, (2014).
- Pilliang, *Dunia Maya yang Berlari*, Jakarta: Grasindo
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia (Digital Version)*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2011
- Qian, Chen. (19 September 2018). "The biggest trend in Chinese social media is dying, and another has already taken its place". CNBC. Diakses tanggal 15 Juli 2023.
- Ritzer, George. Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi, Cet. Kelima*. Kreasi Wacana, 2010.
- Robert V. Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, London: Sage Publication, 2010.
- Robert V. Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, London: Sage Publication, 2010.
- Rosenberg, M, *Society And the Adolescent Self-Image*. New Jersey: Princeton University Press, 1965.
- Sindung Haryanto, *Sosiologi Agama dari Klasik hingga Postmodern*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2015.
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suseno, Franz Magnis. *Pemikiran Karl Marx dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- TikTok Stats for Marketers: TikTok Demographics, Statistics, & Key Data". Mediakix. 7 Maret 2019. Diakses tanggal 15 Juli 2023.
- TikTok's Rise To Global Markets 1". Diakses tanggal 11 April 2023
- V. Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. 104
- Vanderstucken, Arne. *Predictor of work alienation: differences between hierarchical level*, Nederland: Career Development International, 2021.
- Zach Pennington, *TikTok Capitalism: The Attention Economy and the Reproduction of Capitalism*, The Ohio State University, 2023.

Zhuoyao Wu., Research on the commercial model and marketing strategy of Tik Tok live streaming, Shanghai Adcote school: BCP Buisness & Management, Volume 31, 2022.

Ziller, R.C., Hagey, J., Smith, M. D. C. (1969). Social Self-Esteem: A Self-Social

Ziller, R.C., Hagey, J., Smith, M. D. C. (1969). Social Self-Esteem: A Self-Social Construct. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 33(1).

Ziller, Robert C. "The Alienation Syndrome a Triadic Pattern of self-other Orientation", Washington: Universitas Oregon, 1969.

Ziller, Robert C. The Alienation Syndrome: A Triadic Pattern of Self-Other Orientation. Published By: American Sociological Association Vol. 32, No. 3 (Sep, 1969)

Daftar Informan:

CA, TikTokers, Wawancara via TikTok.

FA, TikTokers, Wawancara via TikTok.

HK, TikTokers, Wawancara via TikTok.

IH, TikTokers, Wawancara via TikTok.

KI, TikTokers, Wawancara via TikTok.

MA, TikTokers, Wawancara via TikTok.

MR, TikTokers, Wawancara via TikTok.

MS, TikTokers, Wawancara via TikTok.

RA, TikTokers, Wawancara via TikTok.