

RESEPSI FOLLOWERS MENGENAI CITRA DIRI CONTENT CREATOR SHADIRA FIRDAUSI MELALUI AKUN TIKTOK @SHATURDAY

Nayang Sahrani, Alifiah Ghaniyyu Widyaningrum

Universitas Mercu Buana

nayangsyahrani@gmail.com

Abstrak

Citra diri merupakan gambaran seseorang tentang dirinya sendiri serta bagaimana memandang penilaian orang lain terhadap dirinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penerimaan atau pemaknaan followers mengenai pembentukan citra diri content creator Shadira Firdausi melalui akun TikTok @shaturday. Penelitian ini menggunakan teori resepsi milik Stuart Hall yang menekankan pada cara khalayak memaknai pesan melalui proses encoding dan decoding, dengan tiga posisi penerimaan yaitu hegemonik dominan, negosiasi, dan oposisi. Peneliti juga merujuk pada konsep pembentukan citra diri menurut Mappiare, yaitu: keadaan fisik, nama atau panggilan, pakaian dan perhiasan, pergaulan dan perkembangan sosial, keadaan keluarga, kemampuan dan pengetahuan, serta sikap. Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan sepuluh informan pengikut akun TikTok @shaturday, serta data sekunder diperoleh melalui observasi dan tinjauan literatur. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan berada dalam posisi hegemonik dominan yaitu menerima citra diri Shadira Firdausi secara utuh sebagaimana yang ditampilkan. Sebagian informan berada pada posisi negosiasi karena menyesuaikan konten dengan pengalaman mereka, dan satu informan menunjukkan posisi oposisi karena merasa konten tidak sesuai dengan kebutuhan pribadinya.

Kata kunci: Analisis Resepsi, Citra Diri, Media Sosial

Abstract

Self-image is an individual's perception of oneself and how they believe others view them. This study aims to identify and analyze followers' reception and interpretation of the self-image construction of content creator Shadira Firdausi through her TikTok account @shaturday. This research uses Stuart Hall's reception theory, which emphasizes how audiences interpret messages through the processes of encoding and decoding, categorized into three positions of interpretation: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. The study also refers to Mappiare's concept of self-image formation, which includes physical condition, name or labeling, clothing and accessories, social interaction and development, family background, abilities and knowledge, and attitudes. This study adopts a constructivist paradigm with a qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews with ten followers of the

Received : 23 Januari 2026

Revision : 27 Februari 2026

Acceptance : 04 Maret 2026

Published online : 04 Maret 2026

TikTok account @shaturday, supported by secondary data obtained from observations and literature reviews. Data validity was ensured using source triangulation. The findings show that most informants occupy the dominant-hegemonic position, fully accepting the self-image of Shadira Firdausi as presented. Several informants fall into the negotiated position, interpreting the content based on their personal experiences, while one informant represents the oppositional position, perceiving the content as misaligned with their individual needs.

Keywords: Reception Analysis, Self-Image, Social Media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong media sosial menjadi ruang utama dalam pembentukan citra diri individu. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan pengguna menampilkan identitas personal secara visual dan naratif kepada khalayak luas hanya melalui unggahan foto atau video. Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium komunikasi strategis yang membentuk persepsi publik terhadap individu tertentu (Dewa & Safitri, 2021). TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, mengalami pertumbuhan pengguna yang sangat pesat dan menjadi salah satu media sosial paling populer secara global. Data We Are Social dan Meltwater menunjukkan pada Januari 2025, jumlah pengguna TikTok secara global mencapai sekitar 1,59 miliar, dengan Indonesia menempati posisi kedua sebagai negara dengan jumlah pengguna terbanyak (We Are Social & Meltwater, 2025).

Sebagai platform yang menekankan kreativitas visual dan narasi singkat, TikTok menyediakan berbagai fitur seperti musik latar, efek visual, filter wajah, teks otomatis, hingga siaran langsung yang memudahkan pengguna dalam menciptakan konten yang menarik dan interaktif. Fitur-fitur tersebut mendorong munculnya content creator sebagai aktor penting dalam media digital. Content creator didefinisikan sebagai individu yang secara aktif memproduksi dan mendistribusikan konten digital untuk membangun keterlibatan dengan audiens (Maeskina & Hidayat, 2022). Keberhasilan seorang content creator tidak hanya ditentukan oleh kualitas visual konten, tetapi juga oleh tingkat engagement yang dihasilkan, seperti like, comment, dan share, yang menunjukkan adanya interaksi dua arah antara kreator dan audiens, serta mencerminkan peran aktif audiens dalam memahami dan menilai pesan dan citra yang dibangun oleh content creator.

Namun, makna yang dihasilkan dari sebuah konten media sosial tidak selalu sejalan dengan maksud awal pembuatnya. Khalayak memiliki latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman yang beragam, sehingga memengaruhi cara mereka menafsirkan pesan media. Stuart Hall melalui teori encoding-decoding menjelaskan bahwa audiens bukan penerima pesan yang pasif, melainkan pihak aktif yang dapat menempatkan makna dalam posisi hegemonik dominan, negosiasi, atau oposisi. Oleh karena itu, pemaknaan terhadap citra diri yang ditampilkan content creator di media sosial sangat mungkin beragam. Analisis resepsi menjadi pendekatan yang relevan untuk memahami bagaimana audiens memaknai penggambaran citra diri yang disajikan melalui konten digital, khususnya pada platform interaktif seperti TikTok.

Akun TikTok @shaturday milik Shadira Firdausi menjadi objek yang menarik untuk dikaji. Shadira Firdausi dikenal sebagai content creator yang konsisten menampilkan konten estetik dan

inspirasi, khususnya konten Do It Yourself (DIY) yaitu pemanfaatan barang bekas yang mengandung nilai kreativitas dan kepedulian lingkungan. Dengan jumlah pengikut yang mencapai jutaan serta tingkat interaksi yang tinggi, citra diri Shadira terbentuk melalui penggambaran sebagai ibu muda, kreator digital, dan individu kreatif yang mengangkat nilai keberlanjutan. Banyaknya pengikut yang mengkaji ulang konten DIY Shadira menunjukkan adanya keterlibatan emosional audiens. Namun, beragamnya komentar yang muncul juga menunjukkan adanya perbedaan persepsi dalam memaknai citra diri yang ditampilkan.

Penelitian ini sangat penting untuk memahami bagaimana penerimaan followers pada pembentukan citra diri content creator Shadira Firdausi @shaturday melalui media sosial TikTok. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menggambarkan tentang penerimaan followers pada pembentukan citra diri content creator Shadira Firdausi @shaturday melalui media sosial TikTok. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi dan bidang Public Relations, terutama dalam memahami bagaimana audiens merespons pesan yang disampaikan melalui media sosial serta diharapkan dapat menjadi referensi bagi para content creator dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana untuk membentuk citra diri.

KAJIAN TEORI

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan membangun kesamaan makna antara individu dalam kehidupan sosial. Secara etimologis, komunikasi berasal dari kata communis yang berarti kebersamaan pemahaman antara dua orang atau lebih. Cangara (2016) menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses transaksi simbolik yang memungkinkan individu mengatur dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya melalui hubungan antar manusia, dengan pertukaran informasi, baik secara verbal maupun nonverbal. Melalui komunikasi, individu tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berupaya memengaruhi sikap, opini, dan perilaku pihak lain, bahkan mendorong perubahan sosial.

Seiring perkembangan teknologi informasi, proses komunikasi mengalami pergeseran dari komunikasi tatap muka menuju komunikasi berbasis digital. Komunikasi digital memungkinkan penyampaian pesan melalui perangkat elektronik dan jaringan internet tanpa batasan ruang dan waktu (Mutiah, 2016). Bentuk komunikasi ini berlangsung di ruang siber dan bersifat interaktif, memungkinkan terjadinya umpan balik secara cepat melalui berbagai platform daring, termasuk media sosial (Nasrullah, 2021). Kehadiran teknologi audio visual serta fitur pesan instan menjadikan komunikasi digital lebih praktis, fleksibel, dan efisien dalam menunjang aktivitas sosial masyarakat modern.

Dalam konteks kehumasan, pemanfaatan media digital melahirkan konsep cyber public relations sebagai bentuk adaptasi praktik humas terhadap perkembangan teknologi. Cyber public relations merupakan bentuk aktivitas kehumasan modern yang memanfaatkan media internet dan platform digital untuk membangun hubungan, kepercayaan, serta citra positif di mata publik (Dogan & Oze, 2018). Praktik ini bersifat interaktif dan dua arah, memungkinkan organisasi maupun individu memperoleh umpan balik secara langsung dari publik. Selain memperluas jangkauan komunikasi secara global, cyber public relations juga dinilai lebih efisien dari segi biaya dan waktu, serta mampu merespons isu publik secara cepat sehingga mendukung upaya pembentukan citra secara konsisten di mata publik.

Citra diri merupakan gambaran individu mengenai dirinya sendiri yang terbentuk melalui proses interaksi sosial dan pengalaman personal. Chaplin (2009) menyebutkan bahwa citra diri adalah gambaran individu tentang dirinya, baik yang bersifat nyata maupun imajinatif, yang sangat dipengaruhi oleh

respons dan penilaian dari lingkungan sosial. Pembentukan citra diri dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang saling berkaitan. Mappiare (dalam Andarwanti, 2016) menjelaskan bahwa keadaan fisik menjadi aspek awal yang memengaruhi citra diri, karena penampilan jasmani dan kondisi psikologis sering kali menjadi dasar penilaian individu terhadap dirinya sendiri maupun orang lain terhadap dirinya. Ketidaksesuaian antara kondisi fisik dengan standar sosial tertentu dapat menimbulkan rasa kurang percaya diri dan memengaruhi cara individu menampilkan dirinya di ruang publik.

Aspek selanjutnya adalah nama atau panggilan (labeling), di mana julukan atau sebutan yang dilekatkan kepada seseorang dapat membentuk identitas sosial tertentu. Label yang diberikan secara berulang, baik positif maupun negatif, dapat memengaruhi cara individu memandang dirinya dan bagaimana diterima dalam lingkungan sosialnya. Selain itu, pakaian dan perhiasan juga menjadi aspek penting dalam pembentukan citra diri karena penampilan visual sering kali digunakan sebagai simbol status, kepribadian, dan penerimaan sosial. Ketidakpuasan terhadap penampilan dapat membuat individu membatasi interaksi sosial atau menampilkan diri secara tidak optimal.

Pergaulan dan perkembangan sosial turut memengaruhi pembentukan citra diri individu. Lingkungan sosial yang memberikan penerimaan dan dukungan dapat memperkuat citra diri positif, sedangkan penolakan sosial dapat menurunkan kepercayaan diri. Selain itu, keadaan keluarga berperan sebagai fondasi awal pembentukan citra diri melalui pola asuh, hubungan antar anggota keluarga, serta nilai-nilai yang ditanamkan.

Selain faktor-faktor tersebut, kemampuan, pengetahuan, dan sikap individu juga menjadi bagian dari citra diri yang ditampilkan kepada publik. Burns (dalam Janise, 2019) menyebutkan bahwa kompetensi dan cara individu berkomunikasi berperan penting dalam membangun citra diri, khususnya dalam konteks profesional dan ruang publik. Dalam era media digital, citra diri tidak hanya dibangun melalui interaksi tatap muka, tetapi juga melalui representasi diri di media sosial yang memungkinkan individu mengelola dan menampilkan identitasnya secara strategis.

Media sosial menjadi ruang utama dalam pembentukan dan representasi citra diri secara digital. Media sosial merupakan media daring yang memungkinkan pengguna memproduksi, mendistribusikan, dan berinteraksi dengan konten secara virtual (Kotler & Keller, 2016). Karakteristik media sosial seperti interaktivitas, jaringan, arsip, dan konten berbasis pengguna menjadikan audiens tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen makna. Salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini adalah TikTok, yaitu aplikasi berbasis video pendek yang menyediakan berbagai fitur kreatif seperti musik, filter, duet, dan live streaming yang mendorong keterlibatan pengguna secara aktif (Kaye et al., 2020). Fitur For Your Page (FYP) memungkinkan distribusi konten yang luas dan personal, sehingga membuka peluang besar bagi content creator untuk membangun citra diri di hadapan khalayak.

Dalam proses komunikasi media, khalayak memegang peranan penting sebagai penerima sekaligus penafsir pesan. Khalayak bersifat heterogen, anonim, dan aktif dalam memberikan makna terhadap konten media sesuai dengan latar belakang sosial dan pengalaman masing-masing (Cangara, 2016). Khalayak dibedakan menjadi khalayak aktif dan pasif, di mana khalayak aktif secara selektif dan kritis menggunakan media sesuai dengan kebutuhan mereka. Pemaknaan terhadap citra diri yang ditampilkan melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh peran khalayak sebagai penerima pesan.

Analisis resepsi menempatkan khalayak sebagai subjek aktif yang memiliki kemampuan untuk menafsirkan dan memberikan makna terhadap pesan media. Stuart Hall (dalam Greer, 2010) menjelaskan bahwa pendekatan analisis resepsi sangat relevan dalam kajian mengenai audiens karena pesan media

bersifat polisemi, sehingga memungkinkan terjadinya beragam interpretasi berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman audiens. Dalam analisis resepsi, Stuart Hall mengemukakan tiga posisi pemaknaan khalayak.

Posisi hegemonik dominan terjadi ketika khalayak menerima makna pesan secara utuh sebagaimana dimaksudkan oleh pembuat pesan karena sejalan dengan nilai dan pandangan yang mereka miliki. Pada posisi ini, tidak terjadi penolakan terhadap pesan media. Posisi negosiasi muncul ketika khalayak menerima pesan secara umum, namun melakukan penyesuaian atau penolakan terhadap bagian tertentu berdasarkan pengalaman pribadi dan konteks sosial yang dimiliki. Sementara itu, posisi oposisi terjadi ketika khalayak secara aktif menolak makna dominan yang ditawarkan media dan menggantikannya dengan interpretasi alternatif sesuai dengan sudut pandang mereka sendiri.

Proses pemaknaan pesan dalam analisis resepsi tidak dapat dipisahkan dari konsep encoding-decoding. Stuart Hall (dalam Greer, 2010) menjelaskan bahwa encoding merupakan proses di mana pembuat pesan merancang dan menyusun makna berdasarkan ideologi, nilai, serta tujuan tertentu. Pesan yang telah di-encode kemudian disalurkan melalui media dan diterima oleh khalayak yang melakukan proses decoding, yaitu menafsirkan pesan sesuai dengan konteks sosial dan pengalaman masing-masing.

Dalam proses decoding, terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi pemaknaan khalayak. Frameworks of knowledge merujuk pada kerangka pengetahuan, pengalaman, nilai, dan latar belakang budaya yang dimiliki audiens, yang membentuk cara mereka memahami pesan media. Relations of production berkaitan dengan relasi sosial audiens dalam lingkungan keluarga, pendidikan, pekerjaan, dan masyarakat yang turut memengaruhi cara pandang mereka terhadap pesan. Sementara itu, technical infrastructure mencakup aspek teknis seperti perangkat yang digunakan, frekuensi akses media, waktu, serta situasi ketika audiens mengonsumsi pesan media.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme serta kerangka teori analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana khalayak memaknai pesan yang disampaikan melalui konten akun TikTok @shaturday milik Shadira Firdausi dalam proses decoding pesan media. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, penafsiran, serta makna subjektif yang dibangun oleh audiens mengenai penggambaran citra diri yang ditampilkan dalam konten-konten tersebut.

Subjek penelitian terdiri atas sepuluh informan yang merupakan followers akun TikTok Shadira Firdausi @shaturday. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan kriteria tertentu, antara lain aktif menggunakan media sosial TikTok, mengikuti akun @shaturday, telah menonton konten-konten yang diunggah, serta pernah melakukan pengkajian ulang terhadap konten Shadira Firdausi. Pemilihan informan dengan latar belakang yang beragam dilakukan untuk memperoleh sudut pandang yang lebih luas.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi digital. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan dengan memberikan pertanyaan yang disusun berdasarkan fokus penelitian, yaitu bagaimana informan memaknai citra diri Shadira Firdausi, faktor-faktor yang memengaruhi pemaknaan tersebut, serta posisi resepsi yang mereka tempati. Sementara itu, observasi digital dilakukan dengan mengamati konten-konten yang diunggah pada akun TikTok @shaturday,

termasuk gaya penyampaian, visual, narasi, serta interaksi yang terjadi di media sosial TikTok untuk memperkuat hasil temuan.

Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yang meliputi empat tahapan. Pertama pengumpulan data, melalui konten-konten akun TikTok @shaturday. Kedua, reduksi data, menyaring dan memilah data hasil wawancara serta observasi dengan mengeliminasi informasi yang tidak relevan. Ketiga, Penyajian data, yaitu data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, dilakukan dengan menggambarkan temuan penelitian untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai resepsi followers terhadap citra diri Shadira Firdausi.

Untuk keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara antar informan serta mengaitkannya dengan hasil observasi dan studi pustaka yang relevan. Melalui teknik ini, peneliti berupaya meningkatkan validitas temuan penelitian sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai resepsi khalayak terhadap konten yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan analisis resepsi followers mengenai citra diri Shadira Firdausi melalui akun TikTok @shaturday menggunakan konsep utama citra diri menurut Mappiare dimana terdapat tujuh konsep yang dikemukakan, yaitu:

Resepsi Followers mengenai Keadaan Fisik Shadira Firdausi. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa sebagian besar informan memaknai Keadaan Fisik Shadira Firdausi secara positif dan berada pada posisi hegemonik dominan. Informan menilai bahwa penampilan fisik Shadira cantik, proporsi tubuh tinggi, dan memiliki tampilan estetik selaras dengan konten yang ditampilkan melalui akun TikTok @shaturday. Hal ini diungkapkan oleh salah satu Informan Anisa mengatakan, “Menurut aku, tampilan fisik Kak Shadira itu cantik, tinggi, dan kulitnya putih bersih. Tipe yang diidam-idamkan sama perempuan berhijab, karena hijabnya juga selalu rapi. Cocok banget sama kontennya, karena dia sendiri orangnya estetik dan kontennya juga estetik, jadi sesuai sama keestetikannya.”

Informan Nazwa mempertegas, “Kalau tampilan fisik dia cantik ya, tinggi, badannya ideal, terus makeup-nya juga gak too much, gak ketebelan jadi natural. Cocok ya, kayak yang tadi gue bilang dia sebagai ibu muda kreatif yang ngurus anak dan suami tapi tetap eksis bikin konten.” Namun, terdapat pula Informan Adel berpendapat, “Tampilan fisiknya menarik ya, dia cantik, tinggi, putih. Tapi kan sekarang kalau di sosmed bisa pakai filter ya segala macem, biar mempengaruhi orang yang liat penampilannya.”

Berdasarkan proses decoding pada Keadaan Fisik Shadira Firdausi dapat disimpulkan bahwa enam informan berada pada posisi hegemonik dominan karena sepakat dengan apa yang ditampilkan oleh Shadira Firdausi. Namun tiga informan berada pada posisi negosiasi, karena menilai penampilan Shadira dipengaruhi oleh filter dan satu informan berada pada posisi oposisi yaitu menilai penampilan Shadira tidak natural.

Resepsi Followers mengenai Nama atau Panggilan Shadira Firdausi. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui sebagian besar informan memaknai Nama atau Panggilan Shaturday sebagai identitas digital yang unik, kreatif, dan mudah diingat sehingga mendukung pembentukan citra diri Shadira Firdausi di

TikTok. Informan memahami bahwa penggunaan nama tersebut bukan sekadar nama akun, melainkan strategi penamaan yang memperkuat karakter Shadira sebagai kreator estetik dan kreatif. Hal ini diungkapkan oleh Informan Aldila yang mengatakan, “Awalnya aku mikir lucu aja terus ngerasa kalau itu gabungan nama Kak Shadira sama saturday, aku ngerasa itu kreatif. Iya mendukung, soalnya kayak udah kayak identitas khasnya kak Shadira gitu. Kalau liat “shaturday” aku langsung keingetnya kak Shadira nih.”

Serta diperkuat oleh Informan Zia “Lucu, nyambung aja sih kalau diartihin hari sabtu kan weekend vibes. Terus kalau weekend kita punya waktu luang buat salurin ide di luar kerja atau sekolah. Iya mendukung namanya ngasih kesan ceria tapi tetep kreatif, pas sama citra dia sebagai orang yang kreatif.” Namun, terdapat pula Informan Sadam yang berpendapat “Menurut aku, nama shaturday modern ya. Pas pertama follow juga agak bingung kenapa dia milih itu buat jadi nama. Mendukung sih, tapi menurut aku itu bukan faktor yang bikin dia langsung naik dan dikenal orang.”

Berdasarkan proses decoding pada Nama atau Panggilan Shadira Firdausi dapat disimpulkan bahwa tujuh informan berada pada posisi hegemonik dominan karena sepakat dengan apa yang ditampilkan oleh Shadira Firdausi. Namun dua informan berada pada posisi negosiasi, karena menilai nama shaturday tidak langsung menggambarkan diri Shadira dan satu informan berada pada posisi oposisi yaitu menilai nama shaturday terkesan abstrak.

Resepsi Followers mengenai Gaya Berpakaian dan Penggunaan Perhiasan Shadira Firdausi.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa mayoritas informan memaknai Gaya Berpakaian dan Penggunaan Perhiasan Shadira Firdausi dalam posisi hegemonik dominan, di mana penampilan Shadira diterima sebagai bagian dari citra diri yang rapi, sopan, dan estetik. Informan menilai Shadira konsisten menampilkan outfit yang simpel dengan perhiasan minimal sehingga memperkuat kesan elegan dan nyaman, sebagaimana disampaikan Informan Anisa, “Menurut aku, Kak Shadira pakaiannya simpel tapi auranya kelihatan mahal aja kalau dia yang pakai. Kalau perhiasan dia juga gak pakai sesuatu yang berlebihan gitu, cuma cincin.”

Sementara itu, sebagian informan memaknainya secara kritis. Informan Adel berpendapat “Menurut gua, pakaian dia sesuai sama apa yang dia suka. Dia suka pakaian yang simpel, terus model hijabnya sama terus. Tapi gua sadar yang dia ingin setting tuh biar orang ngenalnya “oh outfit mirip Shadira”.

Adapun Informan Tegar mengatakan, “Gaya berpakaian dia simpel, clean. tapi dia juga sengaja pake baju garis garis terus biar orang kenalnya dia suka pake baju itu. Mendukung, soalnya pas sama konsep DIY estetik. Tapi aku ingin juga liat dia pake gaya yang lain biar tampil beda.”

Berdasarkan proses decoding pada Gaya Berpakaian dan Penggunaan Perhiasan Shadira Firdausi dapat disimpulkan bahwa tujuh informan berada pada posisi hegemonik dominan karena sepakat dengan apa yang ditampilkan oleh Shadira Firdausi. Namun tiga informan berada pada posisi negosiasi, karena menilai gaya berpakaian Shadira terlalu diatur dan agak terlihat mencolok.

Resepsi Followers mengenai Pergaulan dan Perkembangan Sosial Shadira Firdausi.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa mayoritas informan memaknai Pergaulan dan Perkembangan Sosial Shadira Firdausi sebagai pribadi yang mudah bergaul, suportif, dan aktif berkolaborasi. Informan Sadam mengatakan, “Hubungan sosial ya, beberapa kali lihat dia sama temennya yang ramai gitu. Kelihatan

orangnya social butterfly, jadi temennya banyak. Mendukung, karena bikin dia jadi orang yang terbuka buat temenan sama siapa pun, bukan cuma dari kalangan content creator aja.”

Namun, terdapat informan yang memaknai pergaulan Shadira secara kritis. Informan Anisa mengatakan, “Menurut aku, hubungan Kak Shadira sama orang sekitarnya baik, dia friendly dan gampang bergaul dengan content creator lain. Iya dari pergaulan Kak Shadira dan temen-temennya mendukung, tapi bisa aja cuma sebatas kolaborasi, sedangkan di belakang layar gak seakrab itu.”

Berdasarkan proses decoding pada Pergaulan dan Perkembangan Sosial Shadira Firdausi dapat disimpulkan bahwa tujuh informan berada pada posisi hegemonik dominan karena sepakat dengan apa yang ditampilkan oleh Shadira Firdausi. Namun dua informan berada pada posisi negosiasi, karena menilai Shadira hanya sebatas kolaborasi dan satu informan berada pada posisi oposisi yaitu menilai pergaulan Shadira terkadang menunjukkan sifat ingin pamer.

Resepsi Followers mengenai Keadaan Keluarga Shadira Firdausi. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa bahwa Keadaan Keluarga Shadira Firdausi dimaknai secara beragam oleh informan, namun mayoritas informan berada pada posisi hegemonik dominan dengan memandang keluarga Shadira sebagai faktor utama yang membentuk citra diri positif. Informan menilai Shadira memiliki keluarga yang harmonis, suportif, dan penuh kasih sayang. Informan Zia mengatakan, “Menurut aku keluarganya cemara, dia sama suaminya si apip tuh sama-sama penyayang jadi seimbang pas kasih sayang ke anaknya. Mendukung karena dari hubungan keluarganya yang saling sayang itu bikin dia makin positif dan jadi keliatannya seneng terus.”

Namun, terdapat informan yang menerima citra keluarga harmonis tetapi menyadari bahwa konten yang ditampilkan di media sosial hanya menampilkan sisi terbaik. Informan Nazwa berpendapat, “Keluarganya dia harmonis banget keliatannya, adem, seperti keluarga ideal padahal masih muda. Tapi ya namanya konten, pastinya nampilin sisi bagus aja biar keliatan family goals. Mendukung ya karena konten dia sering tampil bareng anak dan suami, jadi membangun citra ibu muda penyayang keluarga dan tetap produktif.”

Informan Sadam menambahkan “Menurut aku, dia sering bareng suami sama anaknya, bikin konten bareng nunjukkin keluarga akur. Tapi itu kan sebatas konten, aku gak tahu kehidupan asli rumah tangganya gimana. Mendukung ya, bikin dia kelihatan deket dan sayang sama keluarga. Tapi bagi aku itu cuma pelengkap aja.”

Berdasarkan proses decoding pada Keadaan Keluarga Shadira Firdausi dapat disimpulkan bahwa delapan informan berada pada posisi hegemonik dominan karena sepakat dengan apa yang ditampilkan oleh Shadira Firdausi. Namun dua informan berada pada posisi negosiasi, karena menilai tampilan keluarga Shadira tidak sepenuhnya mencerminkan kehidupan nyata.

Resepsi Followers mengenai Kemampuan dan Pengetahuan Shadira Firdausi. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa bahwa Kemampuan dan Pengetahuan Shadira Firdausi dimaknai secara beragam oleh informan, namun mayoritas informan menilai Shadira kreatif, komunikatif, dan memiliki keterampilan yang mumpuni dalam mengolah barang sederhana menjadi barang yang estetik dan fungsional. Informan Tegar mengatakan, “Kemampuan dia pinter, kadang cerita sambil ngejelasin, jadi dikemas ngobrol santai biar gak bosan. Mendukung karena dia ngerasa nyaman sama prosesnya, keliatan juga pas ngerjain jadi keliatan dia komunikatif. Menurut aku DIY dia bisa kembangin idenya, dari barang

yang biasa aja tapi dia kombinasi sama hal yang menarik. Mendukung banget karena dari konten DIY itu citranya kebetuk dan bikin dia dikenal.”

Namun, terdapat informan yang tetap mengakui kemampuan dan keterampilan Shadira, tetapi memaknainya secara lebih kritis. Informan Nazwa berpendapat, “Menurut gue komunikasinya dia bagus ya. Namanya juga dia content creator dengan followers banyak dan berjuta-juta, pasti sudah terlatih menyampaikan sesuatu dengan lancar melalui komunikasinya. Menurut gue, konten DIY dia lucu dan dia jago ngolah barang bekas jadi estetik, tapi kadang ada beberapa DIY-nya yang keliatan susah diikuti.”

Berdasarkan proses decoding pada Kemampuan dan Pengetahuan Shadira Firdausi dapat disimpulkan bahwa enam informan berada pada posisi hegemonik dominan karena sepakat dengan apa yang ditampilkan oleh Shadira Firdausi. Namun empat informan berada pada posisi negosiasi, karena menilai kemampuan berkomunikasi Shadira sudah diatur dan keterampilan DIY Shadira susah diikuti.

Resepsi Followers mengenai Sikap Shadira Firdausi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap Shadira Firdausi dalam konten TikTok @shaturday secara dominan dimaknai positif oleh para informan. Shadira dipersepsikan sebagai sosok yang ramah, sopan, dan ceria. Informan Adel mengatakan “Kalau sikapnya Kak Shadira dia ceria terus orangnya, selalu semangat kalau lagi ngonten dan keliatan antusias gitu jadi nyebarin energi juga ke followersnya. Karena sikap dia yang selalu ceria dan antusias, itu mendukung citra dirinya ya, karena dia bikin itu sebagai kesan kalau dia seseorang yang cheerful.”

Namun, sebagian informan mengakui sikap positif Shadira tetapi memaknainya secara lebih kritis. Informan Nazwa berpendapat, “Sikap dia di kontennya selalu ceria, dia nunjukkin sisi tenangnya. Jadi gue lihatnya sempurna sampai gak keliatan sisi emosionalnya. Mendukung banget karena sikap cerianya mendukung citra dirinya sebagai ibu muda yang dewasa dan kreatif. Tapi ya mikir lagi, emang aslinya gitu terus ya, jadi keliatan citranya udah dibentuk.” Informan Aldi juga mengungkapkan, “Kalau sikap dia yang gua liat happy terus, tapi gua ngerasa itu cuma buat nunjukkin diri dia yang aman aja. Menurut gua iya bikin citranya keliatan istri muda yang dewasa, tapi ada sisi lain yang gak dia tampilkan ke publik.”

Berdasarkan proses decoding pada Sikap Shadira Firdausi dapat disimpulkan bahwa tujuh informan berada pada posisi hegemonik dominan karena sepakat dengan apa yang ditampilkan oleh Shadira Firdausi. Namun tiga informan berada pada posisi negosiasi, karena menilai sikap Shadira kurang konsisten.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemaknaan audiens mengenai citra diri Shadira Firdausi bersifat beragam dan tidak bersifat tunggal. Keragaman tersebut dipengaruhi oleh proses decoding sebagaimana dijelaskan dalam teori resepsi Stuart Hall, yang meliputi Frameworks of knowledge, Relations of production, dan technical infrastructure. Melalui wawancara mendalam dengan sepuluh informan, penelitian ini menemukan bahwa mayoritas informan berada pada posisi hegemonik dominan, di mana audiens menerima secara utuh citra diri Shadira Firdausi sebagaimana yang ditampilkan melalui konten TikTok-nya. Citra diri tersebut dimaknai secara positif melalui berbagai aspek, seperti keadaan fisik, nama atau panggilan, gaya berpakaian dan penggunaan perhiasan, pergaulan dan perkembangan sosial, keadaan keluarga, kemampuan dan pengetahuan, serta sikap. Sebagian informan berada pada posisi

negosiasi, yaitu menerima citra diri Shadira namun tetap memberikan penilaian kritis, terkait kesadaran bahwa beberapa aspek yang ditampilkan merupakan hasil pengemasan media dan tidak sepenuhnya menggambarkan kehidupan pribadi secara utuh. Sementara itu, hanya sebagian kecil informan yang berada pada posisi oposisi, yang menolak beberapa aspek citra diri Shadira Firdausi dianggap kurang natural.

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun TikTok @shaturday berhasil membangun citra diri Shadira Firdausi sebagai content creator yang kreatif, estetik, dan inspiratif. Namun, penerimaan citra diri tetap bergantung pada latar belakang pengalaman, pengetahuan, dan sudut pandang masing-masing individu. Temuan ini menunjukkan bahwa pembentukan citra diri di media sosial merupakan proses yang bersifat interaktif, sehingga bagi content creator penting untuk menjaga konsistensi dan keaslian dalam menyampaikan pesan agar dapat membangun hubungan yang berkelanjutan dengan audiens. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang menyoroti resepsi audiens di berbagai platform media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi* (Edisi Kedua). Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaplin, J. P. (2009). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2018). *Handbook of qualitative research* (Edisi kelima). London: Sage Publications.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi industri kuliner di Yogyakarta pada masa pandemi Covid-19 (Studi kasus akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(1), 65–71.
- Dogan, U., & Oze, N. (2018). *Issues and communication: Media and Public Relations* (Edisi pertama). London: IJOPEC Publication.
- Greer, C. (2010). *Crime and media: A reader*. London: Routledge.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2020). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (Edisi ke-15). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi kerja content creator di era digital. *Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mutiah. (2016). Transformasi komunikasi interpersonal di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Nasrullah, R. (2021). *Manajemen komunikasi digital*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Xie, F., & Wijanarko, J. (2017). *Citra diri*. Jakarta: Happy Holy Kids.