KONSTRUKSI IDENTITAS VIRTUAL REMAJA DALAM TREN â€•GET READY WITH MEâ€• DI PLATFORM TIKTOK
Muhammad Hafidz Haikal Amirza, Prof. Dr. Irwan Abdullah
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS ii
HALAMAN JUDUL iii
PENGESAHAN iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
INTISARI xiii
ABSTRACT xiv
BAB I PENGANTAR 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 8
1.4 Tinjauan Pustaka 10
1.5 Landasan Teori 14
1.5.1 Budaya Digital (*Digital Culture*) 14
1.5.2 Konsep Identitas Diri 17
1.5.3 Modal Budaya 21
1.5.4 Ekonomi Politik Media dan Komodifikasi Digital 23
1.6 Metode Penelitian 26
1.6.1 Jenis Penelitian 27
1.6.2 Subjek dan Objek Penelitian 27
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data 28
1.6.4 Metode Analisis Data 30
BAB II TIKTOK SEBAGAI ARENA BUDAYA DIGITAL REMAJA MASA KINI 34
2.1 Remaja dan Gaya Hidup di Era Digital 34

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
KONSTRUKSI IDENTITAS VIRTUAL REMAJA DALAM TREN â€•GET READY WITH MEâ€• DI PLATFORM TIKTOK
Muhammad Hafidz Haikal Amirza, Prof. Dr. Irwan Abdullah
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2 Media Sosial sebagai Ruang Interaksi Digital Remaja 38
2.3 TikTok sebagai Ruang Budaya Digital..... 41
2.3.1 Sejarah dan Perkembangan TikTok 42
2.3.2 Fitur Utama dan Algoritma TikTok 43
2.3.3 Penggunaan TikTok oleh Remaja di Indonesia 50
2.4 *Get Ready With Me* sebagai Tren Konten TikTok 52
BAB III KONSTRUKSI EKSPRESI DIRI DAN IDENTITAS VIRTUAL MELALUI TREN *GET READY WITH ME*..... 55
3.1 Estetika Visual dan Kurasi Konten sebagai Bahasa Identitas..... 57
3.1.1 Seleksi Atribut sebagai Kostum Panggung Digital..... 58
3.1.2 Narasi Visual: Filter, Teknik Editing, dan Bahasa Tubuh 67
3.2 Komodifikasi Ruang Privat dan Pudarnya Batas Privat-Publik..... 72
3.3 Interaksi antara Kreator dan Audiens: Respons terhadap Komentar dan *Feedback* Audiens 82
3.4 Antara Diri Otentik dan Diri Ideal 85
BAB IV DAMPAK PERFORMA *GET READY WITH ME* TERHADAP KEPUASAN DAN HARGA DIRI REMAJA..... 92
4.1 Validasi Digital dan Pengaruhnya terhadap Harga Diri 92
4.1.1 Peran *Likes & Views* sebagai Tolak Ukur Keberhasilan 93
4.1.2 Memaknai Pujian dan Pengakuan 98
4.2 Perbandingan Sosial (*Social Comparison*) dalam Budaya Visual 103
4.3 Komodifikasi Diri dan Beban Performa Digital 106
BAB V PENUTUP 122
5.1 Kesimpulan 122
5.2 Saran 127
DAFTAR PUSTAKA..... 129
DAFTAR NAMA INFORMAN/NARASUMBER 137
PERTANYAAN WAWANCARA 138
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI 142

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
KONSTRUKSI IDENTITAS VIRTUAL REMAJA DALAM TREN â€•GET READY WITH MEâ€• DI PLATFORM TIKTOK
Muhammad Hafidz Haikal Amirza, Prof. Dr. Irwan Abdullah
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tinjuan Pustaka 13
Tabel 2 Informan Wawancara 30
Tabel 3 Cara Kerja Algoritma pada Platform TikTok 45
Tabel 4 Cara Algoritma Menentukan Konten yang Populer atau Viral 47
Tabel 5 Perbedaan Genre Konten GRWM 56
Tabel 6 Perbedaan Konten yang Menggunakan Filter dan Tidak 68
Tabel 7 Perbedaan engagement pada konten GRWM 95
Tabel 8 Sirkuit Pertukaran Nilai dalam Ekosistem GRWM 108

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
KONSTRUKSI IDENTITAS VIRTUAL REMAJA DALAM TREN â€•GET READY WITH MEâ€• DI PLATFORM TIKTOK
Muhammad Hafidz Haikal Amirza, Prof. Dr. Irwan Abdullah
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 *Hashtag* dalam *Caption* yang Sering digunakan 600
Gambar 2 Contoh *brand* premium yang sering muncul (UNIQLO) 62
Gambar 3 Penggunaan *overlay text* dalam konten 69
Gambar 4 Penggunaan *overlay text* pada bagian "*Hook*" 70
Gambar 5 Latar belakang konten @wyadittya 75
Gambar 6 Latar belakang konten @ririfilm.c 75
Gambar 7 Pujian audiens terhadap kreator beserta respons kreator 101
Gambar 8 Konten yang menonjolkan *brand* yang dipakai @intanmlya_..... 107
Gambar 9 Komentar audiens yang menanyakan mengenai *brand* yang dipakai 107