

Representasi Identitas Sosial Pengguna dalam Komentar Negatif *TikTok* pada Pemberitaan Yasika Aulia, Penguasa 41 Dapur MBG, di Tribunnews.com

Muhammad Khoiruddin ^{1*}, Ninuk Riswandari ²

^{1*,2} Universitas Yudharta Pasuruan, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

Email: ud1873in@gmail.com ^{1*}, ninuk@gmail.com ²

Histori Artikel:

Dikirim 2 Juni 2026; *Diterima dalam bentuk revisi* 15 Juni 2026; *Diterima* 30 Juli 2026; *Diterbitkan* 10 September 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STM IK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi identitas sosial pengguna dalam komentar negatif di media sosial TikTok pada pemberitaan Yasika Aulia sebagai “Penguasa 41 Dapur MBG” di akun Tribunnews. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Teori Identitas Sosial Henri Tajfel dan John C. Turner yang meliputi social categorization, social identification, dan social comparison. Data penelitian berupa sembilan komentar negatif yang dipilih secara purposive berdasarkan kesesuaian dengan fokus penelitian, tingkat perhatian melalui jumlah like, serta kandungan representasi identitas sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi identitas sosial pengguna TikTok muncul melalui proses pengelompokan aktor sosial ke dalam kategori tertentu, pemberian makna dan karakteristik terhadap kelompok yang telah dikategorikan, serta perbandingan kondisi dan posisi antarkelompok sosial. Social categorization terlihat melalui pengelompokan seperti pejabat, anggota dewan, orang dalam, dan keluarga pejabat; social identification terlihat melalui pemberian makna seperti “ladang usaha”, “proyek para pejabat”, dan “bancaan uang negara”; sedangkan social comparison terlihat melalui perbandingan antara kelompok kaya dan miskin, rakyat dan anggota DPR, serta rakyat kecil dan orang-orang atas. Dengan demikian, komentar negatif pada pemberitaan tersebut tidak hanya menjadi bentuk tanggapan terhadap suatu isu, tetapi juga menjadi ruang komunikasi digital yang memperlihatkan bagaimana pengguna merepresentasikan identitas sosial melalui pengelompokan, pemaknaan, dan perbandingan antarkelompok.

Kata Kunci: Identitas Sosial; Komentar Negatif; TikTok; Social Categorization; Social Identification; Social Comparison.

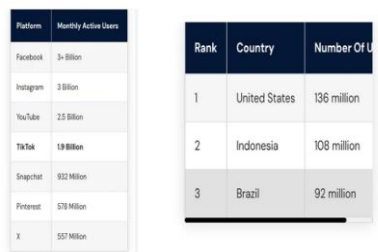
Abstract

This study aims to examine the representation of users' social identities within negative comments on TikTok regarding news coverage by the Tribunnews account about Yasika Aulia, dubbed the "Ruler of the 41 MBG Kitchens." The study employs a qualitative approach utilizing Henri Tajfel and John C. Turner's Social Identity Theory, encompassing social categorization, social identification, and social comparison. The data consists of nine negative comments selected purposively based on their relevance to the research focus, the level of attention received (indicated by the number of likes), and the content regarding social identity representation. The findings reveal that TikTok users' social identity representations emerge through the processes of grouping social actors into specific categories, assigning meaning and characteristics to these categorized groups, and comparing the conditions and positions of different social groups. Social categorization is evident in groupings such as officials, council members, insiders, and officials' families; social identification is observed through the assignment of meanings such as "business venture," "officials' project," and "scramble for state funds"; while social comparison is seen in contrasts drawn between the rich and the poor, the general public and members of parliament, and ordinary citizens and the elite. Thus, the negative comments on the news coverage serve not merely as reactions to an issue but also as a digital communication space that reveals how users represent social identities through grouping, meaning-making, and intergroup comparison.

Keyword: Social Identity; Negative Comments; TikTok; Social Categorization; Social Identification; Social Comparison.

1. Pendahuluan

Kembangan media sosial telah mengubah praktik komunikasi masyarakat secara mendasar. Pola komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah dan terpusat kini bergeser menjadi interaktif, partisipatoris, dan terbuka (Rohila *et al.*, 2023). Dalam komunikasi media, ruang digital dipahami sebagai arena konstruksi realitas sosial yang dibentuk melalui bahasa, simbol, dan interaksi yang dimediasi teknologi. Salah satu platform media sosial yang mengalami perkembangan pesat adalah TikTok. Sebagai media sosial, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi konten, tetapi juga memfasilitasi berlangsungnya komunikasi dan interaksi antarpengguna. Fitur-fitur seperti *like*, *share*, *duet*, *stitch*, *live streaming*, serta kolom komentar memungkinkan pengguna memberikan respons, bertukar pendapat, dan membangun komunikasi terhadap konten yang diunggah (Syaurani *et al.*, 2025).



Platform	Monthly Active Users
Facebook	3+ Billion
Instagram	3 Billion
YouTube	2.5 Billion
TikTok	1.9 Billion
Snapchat	902 Million
Pinterest	578 Million
X	557 Million

Rank	Country	Number Of Users
1	United States	136 million
2	Indonesia	108 million
3	Brazil	92 million

Gambar 1. Statistik Pengguna Media Sosial dan Pengguna TikTok Berdasarkan Negara

Tingginya popularitas TikTok juga tercermin dari jumlah pengguna aktifnya. Berdasarkan data pada Gambar 1, TikTok menempati peringkat keempat platform media sosial dengan 1,9 miliar pengguna aktif bulanan, di bawah Facebook (3+ miliar), Instagram (3 miliar), dan YouTube (2,5 miliar). Sementara itu, Indonesia menempati peringkat kedua sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia, yaitu 108 juta pengguna, setelah Amerika Serikat dengan 136 juta pengguna. Tingginya jumlah pengguna TikTok di Indonesia menunjukkan bahwa platform ini memiliki peran signifikan dalam membentuk pola komunikasi dan interaksi sosial di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas. Hal tersebut sejalan dengan (Nadia Afifah & Septi Kuntari, 2025) yang menunjukkan bahwa TikTok dan Instagram memberikan ruang bagi pengguna untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membentuk identitas sosial. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa identitas sosial dalam lingkungan digital dipengaruhi oleh interaksi yang berlangsung melalui media sosial. Kolom komentar menjadi salah satu fitur interaktif yang paling mencerminkan proses komunikasi dalam media sosial. Melalui kolom komentar, pengguna dapat menyampaikan tanggapan, pendapat, penilaian, maupun interpretasi terhadap konten yang diunggah oleh pengguna lain. Fenomena komentar negatif di TikTok juga menjadi perhatian dalam penelitian (Sari dkk 2025), yang menunjukkan bahwa perkembangan media sosial telah mengubah cara individu berkomunikasi dan mengekspresikan pendapat di ruang publik digital. Penelitian tersebut menemukan bahwa TikTok menjadi ruang interaksi yang juga diwarnai oleh komentar negatif, ujaran kebencian, dan bullying digital. Dalam perspektif Teori Identitas Sosial yang dikemukakan oleh (Tajfel dan Turner 1979), individu cenderung mengkategorikan diri dan orang lain ke dalam kelompok sosial tertentu (*social categorization*), menginternalisasi keanggotaan kelompok tersebut (*social identification*), serta melakukan perbandingan sosial (*social comparison*) untuk mempertahankan citra positif kelompoknya. Mekanisme ini menjadi penting dalam memahami bagaimana pengguna media sosial memaknai diri dan orang lain dalam ruang digital. Fenomena identitas sosial dalam ruang digital juga terlihat dalam penelitian (Purnamawati, Hidayat, dan Wahyuningsih 2024) yang menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga berperan dalam membentuk dan memperkuat

stereotip negatif terhadap kelompok sosial tertentu. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa representasi negatif melalui TikTok dapat memengaruhi persepsi terhadap kelompok lain, memperlebar jarak sosial, serta menumbuhkan prasangka dan diskriminasi. Salah satu fenomena yang menunjukkan praktik representasi identitas sosial dalam ruang digital adalah pemberitaan mengenai Program Makan Bergizi Gratis (MBG). Program MBG merupakan program pemerintah yang bertujuan menyediakan makanan bergizi bagi masyarakat, namun dalam pelaksanaannya menuai berbagai polemik dan perhatian publik (Rusli & Fatra, 2025). Pemberitaan mengenai program ini menjadi perbincangan hangat di media sosial, khususnya di platform TikTok, yang tidak hanya merespons konten berita tetapi juga membangun representasi terhadap kelompok-kelompok sosial yang terlibat dalam program tersebut. Salah satu pemberitaan yang menarik perhatian publik adalah mengenai Yasika Aulia Ramadhani yang diberitakan sebagai "Bos Penguasa 41 Dapur MBG" di akun TikTok Tribunnews. Yasika Aulia Ramadhani merupakan anak dari Wakil Ketua DPRD Sulawesi Selatan, Yasir Machmud, yang diketahui mengelola 41 dapur MBG di berbagai daerah di Sulawesi Selatan. Pemberitaan tersebut menjadi viral dan memicu beragam tanggapan dari pengguna TikTok, baik yang bersifat positif maupun negatif.



Gambar 2. Pemberitaan Yasika Aulia sebagai Penguasa 41 Dapur MBG di Akun TikTok Tribunnews

Seperti yang terlihat pada Gambar 2, unggahan yang dipublikasikan pada 19 November 2025 ini memperoleh sekitar 10,2 juta tayangan (*views*) dan 169,6 ribu tanda suka (*likes*), yang menunjukkan tingginya perhatian publik terhadap isu tersebut. Kolom komentar pada unggahan tersebut juga menunjukkan adanya 7.018 komentar yang beragam, mulai dari yang mendukung hingga yang bersifat negatif dan sindiran. Tingginya jumlah interaksi tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai Yasika Aulia dan Program MBG menjadi salah satu isu yang menarik perhatian masyarakat sehingga mendorong pengguna untuk memberikan berbagai tanggapan melalui kolom komentar. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap unggahan TikTok Tribunnews yang memberitakan Yasika Aulia sebagai "Bos Penguasa 41 Dapur MBG", ditemukan sekitar 7.017 interaksi yang terdiri atas komentar utama dan balasan komentar (*reply*). Dari keseluruhan interaksi tersebut, diperoleh sekitar 4.419 komentar utama yang menjadi data awal penelitian. Melalui proses reduksi data berdasarkan jumlah *like* tertinggi (30-ribuan) dan kriteria komentar negatif yang merepresentasikan identitas sosial, diperoleh 9 komentar yang menjadi unit analisis. Komentar-komentar tersebut menunjukkan kecenderungan pengguna untuk mengelompokkan aktor-aktor sosial ke dalam kategori tertentu, memberikan makna terhadap kelompok tersebut, serta membandingkan posisi antarkelompok dalam konteks pemberitaan Program MBG. Fenomena komentar negatif di media sosial TikTok menjadi menarik untuk dikaji karena komentar-komentar tersebut tidak hanya berisi tanggapan terhadap suatu peristiwa, tetapi juga merefleksikan bagaimana pengguna membangun identitas sosialnya melalui bahasa yang digunakan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komentar di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang yang memungkinkan terbentuknya representasi identitas sosial melalui berbagai tanggapan yang disampaikan pengguna. Penelitian ini secara khusus mengkaji representasi identitas sosial pengguna (bukan representasi individu yang diberitakan) dalam komentar negatif pada media sosial TikTok. Fokus pada pengguna sebagai subjek penelitian ini penting karena komentar negatif yang dituliskan pengguna mencerminkan bagaimana mereka mengkategorikan diri dan orang lain, mengidentifikasi diri dengan kelompok tertentu, serta membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain.

Komentar negatif tidak hanya dipahami sebagai respons terhadap suatu pemberitaan, tetapi juga sebagai praktik komunikasi simbolik yang merepresentasikan identitas sosial pengguna itu sendiri (Muwafaq, 2026). Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas identitas di media sosial, pembentukan identitas sosial melalui media digital, serta normalisasi komentar negatif di TikTok. Penelitian tentang representasi identitas sosial pengguna dalam komentar negatif di media sosial masih relatif terbatas. Penelitian terdahulu umumnya memisahkan pembahasan mengenai identitas sosial, stereotipe, dan komentar negatif ke dalam fokus penelitian yang berbeda, sehingga hubungan di antara ketiga aspek tersebut belum dianalisis secara utuh. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang secara khusus menjadikan komentar negatif pada pemberitaan Yasika Aulia sebagai objek kajian dengan menggunakan (Purnamawati *et al.*, 2024). Teori Identitas Sosial Henri Tajfel dan John C. Turner melalui dimensi *social categorization*, *social identification*, dan *social comparison* untuk melihat representasi identitas sosial pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana representasi identitas sosial pengguna dalam komentar negatif di media sosial TikTok pada pemberitaan Yasika Aulia sebagai "Penguasa 41 Dapur MBG" di akun Tribunnews. Penelitian ini menggunakan Teori Identitas Sosial Henri Tajfel dan John C. Turner sebagai landasan analisis untuk mengidentifikasi bagaimana pengguna TikTok mengkategorikan aktor sosial, mengidentifikasi diri dengan kelompok tertentu, serta membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain melalui komentar negatif yang mereka tuliskan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi media, dengan memperkaya pemahaman mengenai media sosial sebagai ruang pembentukan makna dan identitas sosial pengguna. Secara khusus, penelitian ini memberikan perspektif baru dalam melihat komentar negatif bukan hanya sebagai perilaku komunikasi yang muncul di ruang digital, tetapi juga sebagai praktik komunikasi simbolik yang merepresentasikan identitas sosial pengguna melalui proses kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial di media sosial TikTok. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena dapat memberikan pemahaman mengenai dinamika komunikasi di media sosial, khususnya dalam konteks komentar negatif dan representasi identitas sosial pengguna dalam ruang digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kritis terhadap praktik komunikasi di ruang digital serta mendorong penggunaan media sosial yang lebih reflektif dan bertanggung jawab.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan berlandaskan paradigma konstruktivis (Fitri *et al.*, 2025). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami dan menginterpretasikan makna yang terkandung dalam komentar negatif pengguna TikTok sebagai representasi identitas sosial. Jenis deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis bagaimana pengguna mengonstruksi identitas melalui bahasa, penilaian, pengelompokan, keberpihakan, dan perbandingan sosial dalam komentar terhadap pemberitaan Yasika Aulia sebagai "Bos Penguasa 41 Dapur MBG" pada akun TikTok Tribunnews. Fokus penelitian diarahkan pada representasi identitas sosial pengguna dalam komentar negatif. Analisis menggunakan Teori Identitas Sosial Henri Tajfel dan John C. Turner yang mencakup tiga dimensi utama, yaitu *Social Categorization*, *Social Identification*, dan *Social Comparison*. *Social Categorization* digunakan untuk melihat bagaimana pengguna mengelompokkan individu atau kelompok berdasarkan karakteristik tertentu. *Social Identification* digunakan untuk mengidentifikasi bentuk keterikatan, keberpihakan, atau afiliasi terhadap kelompok tertentu sebagaimana tampak dalam teks komentar (Radianto, 2023). Sementara itu, *Social Comparison* digunakan untuk melihat bagaimana pengguna membandingkan individu atau kelompok dengan pihak lain melalui penilaian, pengunggulan, maupun perendahan. Penelitian dilakukan pada ruang digital, khususnya unggahan akun TikTok Tribunnews yang memberitakan Yasika Aulia sebagai "Bos Penguasa 41 Dapur MBG". Objek penelitian bukan individu yang diberitakan, melainkan komentar negatif pengguna pada

unggahan tersebut. Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer berupa komentar utama pengguna TikTok, sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, serta literatur yang berkaitan dengan identitas sosial, media sosial, komentar negatif, dan Teori Identitas Sosial. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi. Peneliti mengidentifikasi unggahan yang sesuai dengan fokus penelitian, mendokumentasikan komentar yang tersedia, kemudian melakukan penyaringan berdasarkan relevansi, karakter negatif, jumlah *like*, dan kandungan representasi identitas sosial. Dari sekitar 7.017 komentar dan balasan, diperoleh sekitar 4.419 komentar utama sebagai data awal. Balasan (*reply*) tidak digunakan sebagai unit analisis karena penelitian berfokus pada komentar utama (Busti, 2019). Selanjutnya, melalui teknik purposive sampling, dipilih sembilan komentar negatif dengan jumlah *like* terbanyak yang memenuhi kriteria: merupakan komentar utama, bersifat negatif, memperoleh perhatian tinggi, mengandung representasi identitas sosial, serta memiliki isi yang utuh dan relevan dengan tujuan penelitian. Instrumen utama penelitian adalah peneliti (*human instrument*), sedangkan instrumen pendukung meliputi smartphone, laptop, aplikasi TikTok, dan lembar dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Pada tahap kondensasi, peneliti menyeleksi dan memfokuskan data sesuai kriteria penelitian. Data selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel dan uraian deskriptif berdasarkan tiga dimensi Teori Identitas Sosial (Muhajirin *et al.*, 2024). Tahap terakhir dilakukan dengan menginterpretasikan pola yang ditemukan dan menghubungkannya dengan rumusan masalah serta kerangka teori. Keabsahan data dilakukan melalui ketekunan pengamatan dan triangulasi teori. Ketekunan pengamatan dilakukan dengan menelaah komentar secara berulang untuk memastikan kesesuaian data dengan fokus penelitian. Triangulasi teori dilakukan dengan mencocokkan hasil interpretasi sembilan komentar dengan konsep *Social Categorization*, *Social Identification*, dan *Social Comparison*. Dengan metode tersebut, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang kredibel mengenai bagaimana identitas sosial pengguna direpresentasikan melalui komentar negatif pada pemberitaan Yasika Aulia di akun TikTok Tribunnews.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Teori Identitas Sosial

Identitas sosial merupakan konsep utama dalam Teori Identitas Sosial yang menjelaskan bahwa cara individu memandang dirinya tidak hanya dibentuk oleh karakteristik personal, tetapi juga oleh keanggotaannya dalam suatu kelompok sosial. (Tajfel dan Turner 2004) mendefinisikan identitas sosial sebagai bagian dari konsep diri (*self-concept*) yang berasal dari pengetahuan individu mengenai keanggotaannya dalam suatu kelompok sosial beserta nilai (*value significance*) dan makna emosional (*emotional significance*) yang melekat pada keanggotaan tersebut. Definisi tersebut menunjukkan bahwa identitas sosial tidak hanya berkaitan dengan kesadaran seseorang sebagai anggota kelompok tertentu, tetapi juga mencakup nilai serta keterikatan emosional yang menjadikan keanggotaan tersebut bermakna bagi individu. Dengan demikian, identitas sosial dipahami sebagai bagian dari konsep diri yang terbentuk melalui keanggotaan dalam kelompok sosial dan memengaruhi cara individu memahami dirinya dalam kehidupan sosial. (Tajfel dan Turner 2004) menjelaskan bahwa pembentukan identitas sosial berlangsung melalui tiga proses utama, yaitu *social categorization*, *social identification*, dan *social comparison*. Ketiga proses tersebut saling berkaitan dalam menjelaskan bagaimana individu mengelompokkan dirinya dan orang lain, mengembangkan rasa memiliki terhadap kelompok tertentu, serta melakukan perbandingan dengan kelompok lain sebagai dasar pembentukan identitas sosial (Sakroni *et al.*, 2024).

Proses pertama dalam Teori Identitas Sosial adalah *social categorization* atau kategorisasi sosial. (Tajfel dan Turner 2004) menjelaskan bahwa individu secara alami mengelompokkan dunia sosial ke dalam kategori-kategori untuk memahami lingkungan sosialnya. Proses ini membantu individu mengidentifikasi siapa yang termasuk dalam kelompoknya (*in-group*) dan siapa yang berada di luar kelompoknya (*out-group*). Kategorisasi sosial menjadi dasar terbentuknya identitas sosial karena melalui proses inilah individu mulai memahami posisi dirinya sebagai bagian dari suatu kelompok sebelum mengembangkan rasa memiliki terhadap kelompok tersebut. Setelah individu mengelompokkan dirinya ke dalam suatu kategori sosial, proses berikutnya adalah *social identification*. (Tajfel dan Turner 2004) menjelaskan bahwa pada tahap ini individu mulai mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari kelompok tertentu sehingga keanggotaan tersebut menjadi bagian dari identitas dirinya. Proses ini tidak hanya ditandai oleh kesadaran sebagai anggota kelompok, tetapi juga oleh munculnya rasa memiliki (*sense of belonging*) serta keterikatan terhadap nilai, norma, dan tujuan yang dimiliki kelompok tersebut. Proses identifikasi sosial dalam ruang digital juga dapat dipahami melalui hubungan individu dengan kelompok yang terbentuk melalui interaksi media sosial Sahraz dkk. (2025) menunjukkan bahwa identitas sosial Generasi Z di media sosial terbentuk melalui proses negosiasi antara nilai lokal, pengaruh kelompok digital, dan respons yang diterima pengguna. Temuan tersebut menunjukkan bahwa interaksi dengan kelompok digital dapat menjadi bagian dari proses pembentukan identitas sosial pengguna (Ardila & Neviyarni, 2025). Sebagai kelanjutan dari proses *social identification*, Teori Identitas Sosial menjelaskan bahwa individu akan memasuki proses *social comparison*, yaitu proses membandingkan kelompok tempat dirinya menjadi anggota dengan kelompok lain sebagai upaya membangun dan mempertahankan identitas sosial yang positif. (Tajfel dan Turner 2004) menjelaskan bahwa melalui proses tersebut individu mengevaluasi karakteristik, nilai, maupun posisi kelompoknya dengan membandingkannya terhadap kelompok lain. Perbandingan tersebut memungkinkan individu mengembangkan penilaian yang lebih menguntungkan terhadap kelompoknya sendiri (*in-group*) sekaligus membentuk persepsi terhadap kelompok lain (*out-group*). Proses *social comparison* berkaitan dengan cara individu menempatkan kelompoknya dalam hubungan dengan kelompok lain.

Dalam ruang digital, pembentukan identitas sosial juga dapat terlihat melalui cara pengguna memberikan penilaian terhadap kelompok lain. (Purnamawati, Hidayat, dan Wahyuningsih 2024) menunjukkan bahwa penggambaran stereotipikal dan negatif melalui media sosial dapat memengaruhi persepsi kelompok lain terhadap kelompok yang direpresentasikan. Temuan tersebut relevan dengan penelitian ini karena komentar negatif dapat menjadi ruang munculnya pengelompokan dan penilaian terhadap kelompok sosial tertentu. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial TikTok menjadi ruang di mana pengguna secara aktif membangun identitas sosial melalui bahasa yang digunakan dalam komentar (Ardila & Neviyarni, 2025). Berdasarkan uraian mengenai Teori Identitas Sosial, dapat dipahami bahwa identitas sosial tidak hanya menjelaskan kedudukan individu sebagai anggota suatu kelompok, tetapi juga menerangkan proses bagaimana individu mengelompokkan dirinya, mengembangkan rasa memiliki terhadap kelompok, serta membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Ketiga proses tersebut memberikan kerangka konseptual yang sistematis untuk memahami bagaimana identitas sosial terbentuk dan diekspresikan dalam berbagai bentuk interaksi sosial, termasuk dalam ruang komunikasi digital. Dalam penelitian ini, komentar negatif pada media sosial TikTok dipandang sebagai bentuk komunikasi yang merepresentasikan proses *social categorization*, *social identification*, dan *social comparison*. Ketiga proses tersebut digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan representasi identitas sosial yang tercermin dalam komentar. *Social categorization* digunakan untuk melihat bagaimana pengguna mengelompokkan aktor sosial ke dalam kategori tertentu, *social identification* digunakan untuk melihat bagaimana posisi atau keterkaitan pengguna terhadap kelompok sosial dapat tercermin melalui bahasa dan pernyataan dalam komentar, sedangkan *social comparison* digunakan untuk melihat bagaimana kelompok-kelompok sosial ditempatkan dalam hubungan perbandingan. Karena data penelitian berupa komentar tertulis, analisis dilakukan berdasarkan informasi yang terdapat dalam teks komentar dan tidak digunakan untuk menetapkan identitas pribadi atau keanggotaan kelompok pengguna apabila hal tersebut tidak dinyatakan secara eksplisit.

3.1.2 Media Sosial TikTok

Media sosial memungkinkan pengguna untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi dalam menciptakan, membagikan, dan menyebarkan berbagai bentuk konten digital. TikTok merupakan salah satu media sosial yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk melakukan interaksi dan mengekspresikan diri. (Afifah dan Kuntari 2025) menunjukkan bahwa TikTok dan Instagram memberikan ruang bagi pengguna untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membentuk identitas sosial. Dalam penelitian tersebut, aktivitas pengguna yang diamati mencakup unggahan, komentar, dan interaksi di media sosial. Dengan demikian, TikTok dapat dipahami sebagai ruang komunikasi digital yang memungkinkan pengguna berpartisipasi dalam berbagai bentuk interaksi sosial. Sebagai media sosial, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi konten, tetapi juga memfasilitasi berlangsungnya komunikasi dan interaksi antarpengguna. Pengguna dapat berpartisipasi secara aktif dengan menciptakan konten, memberikan tanggapan, membagikan informasi, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas komunikasi yang tersedia pada platform (Mukhroman & Ahmad, 2025). TikTok tidak hanya menyediakan ruang bagi pengguna untuk membuat dan membagikan konten, tetapi juga menghadirkan berbagai fitur yang mendukung terjadinya interaksi antarpengguna dalam lingkungan digital. Fitur-fitur seperti *like*, *share*, *duet*, *stitch*, *live streaming*, serta kolom komentar memungkinkan pengguna memberikan respons, bertukar pendapat, dan membangun komunikasi terhadap konten yang diunggah. Dengan adanya berbagai bentuk interaksi tersebut, pengguna tidak lagi berperan sebagai penerima informasi secara pasif, melainkan ikut berpartisipasi dalam proses komunikasi yang berlangsung di dalam platform. Keberadaan kolom komentar tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi media berbagi konten, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang memungkinkan pengguna menyampaikan berbagai tanggapan dan opini terhadap konten yang beredar (Utami, 2021).

3.1.3 Representasi Identitas Sosial Pengguna dalam Komentar Negatif TikTok pada Pemberitaan Yasika Aulia Penguasa 41 Dapur MBG Tribunnews

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian yang terdapat dalam file, media sosial TikTok dapat dipahami sebagai ruang komunikasi digital yang memungkinkan pengguna tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga menyampaikan tanggapan, opini, penilaian, dan pemaknaan terhadap berbagai isu melalui kolom komentar. Karakteristik TikTok sebagai platform berbasis video pendek menjadikan interaksi antarpengguna berlangsung secara terbuka dan dinamis. Dalam penelitian ini, komentar pengguna dipandang sebagai data yang dapat memperlihatkan bagaimana identitas sosial direpresentasikan melalui pilihan bahasa, pengelompokan aktor, pemberian karakteristik, serta perbandingan antarkelompok sosial. Penelitian menggunakan unggahan akun TikTok Tribunnews sebagai sumber data. Unggahan yang dianalisis dipublikasikan pada 19 November 2025 dan memuat pemberitaan mengenai Yasika Aulia sebagai “Bos Penguasa 41 Dapur MBG”. Unggahan tersebut mendapatkan perhatian yang tinggi dari pengguna TikTok, dengan sekitar 10,2 juta tayangan dan 169,6 ribu tanda suka (Putri & Anggreni, 2023). Tingginya perhatian tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai Yasika Aulia dan Program Makan Bergizi Gratis (MBG) menjadi isu yang memperoleh respons cukup besar dari masyarakat di ruang digital. Dari keseluruhan interaksi yang terdokumentasi, terdapat sekitar 7.017 interaksi yang terdiri atas komentar utama dan balasan komentar. Setelah dipisahkan, diperoleh sekitar 4.419 komentar utama yang menjadi data awal penelitian. Selanjutnya, komentar direduksi dengan mempertimbangkan jumlah *like*, sifat negatif komentar, serta kesesuaiannya dengan tiga dimensi Teori Identitas Sosial, yaitu *social categorization*, *social identification*, dan *social comparison*. Dari proses tersebut diperoleh sembilan komentar negatif sebagai unit analisis penelitian. (Ali *et al.*, 2026) Kesembilan komentar tersebut kemudian dianalisis menggunakan Teori Identitas Sosial Henri Tajfel dan John C. Turner. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa representasi identitas sosial pengguna TikTok dapat dipahami melalui tiga proses yang saling berkaitan, yaitu pengelompokan sosial, pemberian makna terhadap kelompok, dan perbandingan antarkelompok (Nadia Afifah & Septi Kuntari, 2025).

Komentar negatif tidak semata-mata dipandang sebagai bentuk kritik terhadap pemberitaan, tetapi juga sebagai ruang tempat pengguna membangun dan menampilkan pemaknaan sosial terhadap kelompok-kelompok yang dianggap berkaitan dengan Program MBG. Pada dimensi *social categorization*, pengguna TikTok terlihat mengelompokkan aktor sosial berdasarkan status, kedudukan, hubungan sosial, kekuasaan, dan akses yang dipersepsikan berkaitan dengan Program MBG. Hal ini terlihat pada komentar K7, K12, dan K26. Komentar K7 menyebut “orang-orang pejabat”, K12 menyebut “orang dalam”, “koneksi”, dan “keluarga pejabat”, sedangkan K26 menyebut “anggota dewan”. Ketiga komentar tersebut menunjukkan bahwa pengguna tidak melihat aktor yang diberitakan hanya sebagai individu, tetapi menempatkannya dalam kategori sosial tertentu. Dengan demikian, kategori seperti pejabat, anggota dewan, orang dalam, dan keluarga pejabat menjadi pembeda sosial yang digunakan pengguna dalam memahami persoalan MBG. Kategorisasi sosial tersebut juga menunjukkan adanya persepsi mengenai perbedaan kekuasaan dan akses antarkelompok. Pada K7, kelompok pejabat diposisikan sebagai kelompok yang dianggap memiliki kekuasaan atau kendali. Pada K12, kategori sosial dibentuk melalui hubungan dan koneksi dengan pejabat, sedangkan pada K26 kategorisasi dibangun berdasarkan status kelembagaan sebagai anggota dewan. *Social categorization* dalam penelitian ini tidak sekadar muncul melalui penyebutan nama kelompok, tetapi melalui cara pengguna membentuk batas sosial berdasarkan kekuasaan, status, hubungan, dan akses. Kelompok yang berkaitan dengan pejabat atau memiliki kedudukan tertentu dipersepsikan mempunyai posisi yang lebih kuat dibandingkan masyarakat umum (Raihan & Febriana, 2024). Selanjutnya, proses *social identification* terlihat ketika kelompok-kelompok yang telah dikategorikan kemudian diberikan makna dan karakteristik tertentu. Proses tersebut tampak pada komentar K18, K21, dan K23. Pada K18, kelompok anggota DPR dan pejabat dikaitkan dengan istilah “ladang usaha” serta dipersepsikan lebih mementingkan kepentingan sendiri. Pada K21, MBG disebut sebagai “proyek para pejabat” dan dikaitkan dengan “bancaan uang negara”. Sementara itu, K23 secara singkat menyatakan bahwa MBG merupakan “proyek pejabat”. Ketiga komentar tersebut menunjukkan bahwa pengguna tidak berhenti pada tahap mengenali kelompok berdasarkan status sosialnya, tetapi memberikan pemaknaan dan karakteristik tertentu terhadap kelompok tersebut. Dalam proses *social identification*, bahasa menjadi instrumen penting dalam membentuk representasi kelompok. Istilah “ladang usaha”, “proyek”, dan “bancaan uang negara” menunjukkan adanya pemaknaan evaluatif terhadap anggota DPR dan pejabat. Kelompok tersebut direpresentasikan secara kritis sebagai pihak yang dipersepsikan memiliki kepentingan tertentu dalam Program MBG. Akan tetapi, penelitian tidak diarahkan untuk membuktikan benar atau salahnya tuduhan yang disampaikan pengguna (Nadia Afifah & Septi Kuntari, 2025).

Fokus penelitian adalah melihat bagaimana pengguna membangun representasi kelompok melalui bahasa dan pemaknaan yang terdapat dalam komentar. Dengan demikian, identifikasi sosial dalam penelitian ini dipahami sebagai proses pemberian karakteristik dan penilaian terhadap kelompok sosial yang telah dikenali berdasarkan kedudukannya. Dimensi ketiga adalah *social comparison* atau perbandingan sosial. Berdasarkan hasil analisis, proses ini terlihat pada komentar K1, K5, dan K22. K1 membandingkan kelompok “yang kaya” dengan “yang miskin” melalui ungkapan “yang kaya makin kaya, yang miskin makin melarat”. K5 membandingkan “rakyat” dengan “anggota DPR” melalui pernyataan “dari rakyat untuk anggota DPR, bukan dari rakyat untuk rakyat”. Sementara itu, K22 membandingkan “rakyat kecil” dengan “orang-orang atas”. Ketiga komentar tersebut menunjukkan bahwa pengguna memahami isu MBG melalui perbedaan kondisi, posisi, dan manfaat yang dipersepsikan terdapat di antara kelompok sosial (Muwafaq, 2026). Pada K1, perbandingan dibangun berdasarkan kondisi ekonomi. Kelompok kaya direpresentasikan sebagai kelompok yang semakin memperoleh keuntungan, sedangkan kelompok miskin digambarkan semakin mengalami kesulitan. Pada K5, perbandingan dibangun melalui posisi dalam distribusi manfaat, dengan rakyat ditempatkan sebagai pihak yang menjadi sumber sementara anggota DPR dipersepsikan sebagai pihak yang memperoleh manfaat. Adapun K22 memperlihatkan perbandingan antara rakyat kecil dan orang-orang atas berdasarkan kondisi dan kedudukan sosial yang dipersepsikan berbeda.

Social comparison dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna memberikan perhatian terhadap ketimpangan posisi antarkelompok. Jika ketiga proses tersebut dilihat sebagai satu kesatuan, terlihat bahwa representasi identitas sosial pengguna TikTok dibangun melalui tahapan pengelompokan sosial, pemberian karakteristik, dan perbandingan antarkelompok. (Nadia Afifah & Septi Kuntari, 2025) Pengguna terlebih dahulu mengenali aktor sosial melalui kategori seperti pejabat, anggota dewan, orang dalam, dan keluarga pejabat. Setelah itu, kelompok tersebut diberikan karakteristik melalui pemaknaan seperti “ladang usaha”, “proyek”, dan “bancaan uang negara”. Selanjutnya, pengguna membandingkan kelompok-kelompok sosial berdasarkan kondisi ekonomi, posisi sosial, akses, dan manfaat yang dipersepsikan (NK *et al.*, 2026). Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi identitas sosial pengguna TikTok tidak harus dinyatakan melalui pengungkapan identitas diri secara langsung. Identitas sosial dapat terlihat dari cara pengguna memilih kategori sosial, memberikan karakteristik terhadap kelompok tertentu, serta membandingkan kelompok tersebut dengan kelompok lainnya. Artinya, bahasa dalam komentar menjadi sarana untuk menunjukkan posisi pemaknaan pengguna terhadap suatu isu. Penelitian juga tidak mengasumsikan identitas pribadi, latar belakang, maupun keanggotaan kelompok pengguna yang tidak terdapat dalam data. Fokusnya tetap pada representasi yang muncul melalui pola bahasa dan pemaknaan sosial dalam komentar. Secara keseluruhan, sembilan komentar negatif yang dianalisis menunjukkan adanya pola representasi identitas sosial yang konsisten. *Social categorization* menunjukkan bagaimana pengguna mengelompokkan aktor berdasarkan kekuasaan, status, hubungan, dan akses; *social identification* menunjukkan bagaimana pengguna memberikan makna dan karakteristik terhadap kelompok yang telah dikenali; sedangkan *social comparison* menunjukkan bagaimana pengguna membandingkan kelompok berdasarkan kondisi, posisi, dan manfaat yang dipersepsikan berbeda. Ketiga proses tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan bagaimana identitas sosial direpresentasikan melalui komunikasi digital di TikTok (Fadli & Elviria, 2025). Penelitian ini memperlihatkan bahwa kolom komentar TikTok dapat menjadi ruang konstruksi makna sosial. Komentar negatif terhadap pemberitaan Program MBG tidak hanya berisi respons terhadap isi berita, tetapi juga memperlihatkan bagaimana pengguna memahami hubungan antarkelompok sosial. Kelompok pejabat, anggota DPR, rakyat, masyarakat kecil, orang kaya, orang miskin, dan kelompok “orang-orang atas” ditempatkan dalam posisi sosial tertentu melalui bahasa yang digunakan. Namun, seluruh pemaknaan tersebut perlu dipahami sebagai representasi atau persepsi pengguna dalam komentar, bukan sebagai pembuktian terhadap fakta objektif mengenai kelompok-kelompok tersebut. Dengan kerangka Teori Identitas Sosial Tajfel dan Turner, penelitian akhirnya menunjukkan bahwa identitas sosial dalam ruang digital terbentuk melalui proses mengategorikan, memaknai, dan membandingkan kelompok sosial, sehingga komentar TikTok menjadi salah satu medium penting dalam memperlihatkan dinamika identitas sosial masyarakat dalam merespons isu Program MBG.

3.2 Pembahasan

Dalam analisis ini, fenomena komentar negatif di media sosial TikTok menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai aktor aktif dalam membangun dan mengekspresikan identitas sosialnya melalui bahasa dan makna yang digunakan. Proses pengelompokan aktor sosial ke dalam kategori tertentu, seperti pejabat, orang dalam, dan keluarga pejabat, menunjukkan bahwa pengguna cenderung memaknai aktor tersebut sebagai bagian dari struktur kekuasaan dan akses tertentu, sebagaimana ditemukan dalam penelitian Raihan dan Febriana (2024). Selanjutnya, pemberian makna seperti “ladang usaha”, “proyek para pejabat”, dan “bancaan uang negara” menunjukkan bahwa pengguna secara kritis menilai dan memberi makna evaluatif terhadap kelompok tertentu, yang sejalan dengan temuan Purnamawati, Hidayat, dan Wahyuningsih (2024), bahwa representasi negatif dapat memengaruhi persepsi terhadap kelompok lain dan memperkuat stereotip serta prasangka. Selain itu, pola perbandingan sosial yang dilakukan pengguna melalui kontras antara kelompok kaya dan miskin, rakyat dan anggota DPR, maupun rakyat kecil dan elit, mencerminkan bahwa proses ini turut memperlihatkan ketimpangan sosial yang dipersepsikan dalam masyarakat, sebagaimana diungkapkan oleh Muwafaq (2026).

Komentar negatif di TikTok tidak hanya berfungsi sebagai respons terhadap berita, tetapi juga sebagai praktik simbolik yang membangun dan menampilkan identitas sosial melalui proses kategorisasi, makna, dan perbandingan. Fenomena ini memperkuat pemahaman bahwa identitas sosial di ruang digital terbentuk melalui dinamika bahasa dan makna sosial yang digunakan pengguna, sesuai dengan teori Tajfel dan Turner (1979), yang menegaskan bahwa proses ini berlangsung secara terus-menerus dan saling terkait dalam membentuk persepsi dan hubungan antarkelompok dalam masyarakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap sembilan komentar negatif pada pemberitaan Yasika Aulia sebagai “Penguasa 41 Dapur MBG” di akun TikTok Tribunnews, dapat disimpulkan bahwa representasi identitas sosial pengguna terlihat melalui tiga proses dalam Teori Identitas Sosial Henri Tajfel dan John C. Turner, yaitu *Social Categorization*, *Social Identification*, dan *Social Comparison*. *Social Categorization* terlihat dari cara pengguna mengelompokkan aktor sosial seperti pejabat, orang dalam, keluarga pejabat, dan anggota dewan. *Social Identification* terlihat dari pemberian makna dan karakteristik tertentu terhadap kelompok tersebut melalui bahasa yang digunakan dalam komentar. Sementara itu, *Social Comparison* terlihat dari perbandingan antara kelompok seperti kaya dan miskin, rakyat dan anggota DPR, serta rakyat kecil dan orang-orang atas. Representasi identitas sosial dalam penelitian ini ditunjukkan melalui cara pengguna mengelompokkan, memberikan pemaknaan, dan membandingkan kelompok sosial dalam komentar negatif. Representasi tersebut dipahami berdasarkan bahasa dan pemaknaan yang terdapat dalam komentar, bukan sebagai penentuan identitas pribadi pemilik akun.

5. Daftar Pustaka

- Ali, M. B., Septiana, I., & Senowarsito. (2026). Bahasa medsos sebagai cermin identitas sosial generasi Z di Indonesia pada pengguna TikTok. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 13(1), 104–116.
- Ardila, M. D. P., & Neviyarni. (2025). Kajian literatur: Peran teori identitas sosial dalam pembentukan dan reduksi prasangka antar kelompok. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(12), 1624–1626.
- Busti, F. I. (2019). Memahami pendekatan positivis, konstruktivis dan kritis dalam metode penelitian komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi COMMUNIQUE*, 2(1), 421–427.
- Fadli, M., & Elviria, S. (2025). Analisis semiotik Ferdinand de Saussure terhadap representasi budaya dalam konten TikTok @pesonaindonesia. *Journal of Communication*, 1(1), 1–11.
- Fitri, A., Suryani, A. I., Lestari, M. D., & Niasti, S. (2025). Paradigma positivistik, konstruktivistik, dan pragmatik. *Jurnal Pembelajaran dan Ilmu Pendidikan*, 5(November), 211–217.
- Muhajirin, Risnita, & Asrulla. (2024). Pendekatan penelitian kuantitatif dan kualitatif serta tahapan penelitian. *Journal Genta Mulia*, 15(1), 82–92.
- Mukhroman, I., & Ahmad, I. (2025). Komunikasi religius di era digital: Studi pola konsumsi dosen FISIP UNTIRTA pada konten keagamaan Ramadan. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, (1), 1–14.

- Muwafaq, R. (2026). Representasi identitas sosial pendukung Timnas Indonesia dalam interaksi digital (Studi netnografi pada komentar pengguna Instagram di postingan “Round 4” @timnasindonesia). *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(1), 148–157. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v4i1.6145>.
- Nadia Afifah, & Septi Kuntari. (2025). Peran media sosial dalam pembentukan identitas sosial Gen Z di aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8367>.
- NK, A. R., Unde, A. A., & Akbar, M. A. (2026). Representasi budaya lokal dalam konten TikTok: Konstruksi identitas generasi Z di Sulawesi Selatan. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 4(2), 125–133. <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.8365>.
- Purnamawati, N., Aginta Hidayat, M., & Wahyuningsih, S. (2024). TikTok, identitas sosial, dan stereotip negatif etnik Madura di kalangan Gen-Z. *Sosiogloba: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 9(1), 51–70.
- Putri, N. L. M. M. D., & Anggreni, N. W. Y. (2023). Pembentukan identitas generasi Z melalui platform TikTok. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 3(5), 298.
- Radianto, E. (2023). Interpretasi modern tentang teori dan filosofis penelitian Elia. *Kritis*, 32(1), 56–74.
- Raihan, M. F., & Febriana, P. (2024). Virtual ethnography of TikTok social media users’ comments on Lina Mukherjee’s account. *Procedia of Science and Humanities Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1–14.
- Rohila, S., Hakim, M. M., Pratama, N. E., & Hertimi, S. (2023). Perubahan pola komunikasi di era digital. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(4), 145–156.
- Rusli, & Fatra, E. (2025). Konstruksi identitas dan perilaku baru di media sosial: Potret sosiologis masyarakat kota Makassar. *KOMUNIKA: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 2(2), 39–48.
- Sakroni, Subardhini, M., & Riyadi, S. (2024). Bullying perpetrators viewed from the perspective of social identity theory: A systematic review. *Santhet: Jurnal Sejarah Pendidikan dan Humaniora*, 8(1), 1042–1051. <https://doi.org/10.36526/js.v3i2.3926>.
- Syaqurani, S., Mujab, S., & Cahyani, S. A. (2025). Upaya pemerintah Indonesia mengatasi konten hoaks. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal (IPSSJ)*, 3(1), 110–119.
- Utami, A. D. V. (2021). Aplikasi TikTok menjadi media hiburan bagi masyarakat dan memunculkan dampak di tengah pandemi Covid-19. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 40–47. <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.962>.