

Achmad Nurkhakim. NIM. 180531100077. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. **Analisis Wacana Konsep Diri Perempuan Waranggono Mataraman Pesisir di Media Sosial Tiktok.**

Dosen Pembimbing: R. Bambang Moertijoso, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Sebanyak 99,1 juta penduduk Indonesia telah memilih media sosial Tiktok sebagai media penyebaran dan pencarian informasi. Media sosial tiktok kini berada pada tingkat popularitas yang tinggi karena dengan algoritma nya mampu mengangkat berbagai fenomena unik yang ada di kehidupan manusia. Penari Waranggono merupakan pekerjaan yang seringkali dipandang negatif hingga membuat para penggiatnya memilih untuk menutup diri dari dunia luar. Akan tetapi, dewasa ini mereka perlahan membuka jati dirinya melalui media sosial, yakni Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana wacana yang ditampilkan oleh Waranggono di media sosial yang mana dapat memperlihatkan bagaimana konsep dirinya yang dapat menjadi suatu fenomena unik dengan menggunakan metode analisis wacana Sarah Mils dan analisis Semiotika John Fishke. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada informan sebanyak 3 orang yang berlatarbelakang Waranggono dan pengguna media sosial Tiktok dan 1 waranggono tidak ber media sosial yang terpilih berdasarkan metode penentuan sampel berjenis purposive sampling. Kemudian, untuk mendapatkan hasil penelitian ini maka data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data Miles & Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep diri, yang mana dapat mengetahui seperti apa kepribadian Waranggono di media sosial Tiktok. Selanjutnya dengan bantuan metode analisis wacana Sarah Mils dan kombinasi pemikiran Semiotika John fishke untuk menganalisis konten-konten para Waranggono di media sosial Tiktoknya. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa para informan memiliki konsep diri positif di media sosial Tiktok nya, mereka berlaku sebagai subyek atau selaku aktor yang memerankan realitas kehidupannya, sementara para penonton diposisikan sebagai penikmat sekaligus menyumbangkan perannya sebagai sesama subyek yang dapat mempertegas karakter para informan dari uforia konten yang diciptakan. Sementara dari sisi Semiotika, masing-masing informan diketahui banyak menampilkan adegan dengan shoot kamera pada bagian dada yang mana dapat menimbulkan kesan vulgar, berani, dan menunjukkan kecantikan.

Kata Kunci : Analisis Wacana, Konsep Diri, Tiktok, Media Sosial Tiktok, Waranggono

Achmad Nurkhakim. NIM. 180531100077. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. **Analisis Wacana Konsep Diri Perempuan Waranggono Mataraman Pesisir di Media Sosial Tiktok.**

Dosen Pembimbing: R. Bambang Moertijoso, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

As many as 99.1 million Indonesians have chosen the social media Tiktok as a medium for disseminating and searching for information. Tiktok social media is now at a high level of popularity because its algorithm is able to raise various unique phenomena that exist in human life. The Waranggono dancer is a job that is often viewed negatively, causing the activists to choose to close themselves off from the outside world. However, nowadays they are slowly opening up their identity through social media, namely Tiktok. This study aims to find out how the discourse displayed by the Waranggono dancers on social media can show their self-concept, so that it becomes a unique phenomenon. This research uses the discourse analysis method of Sarah Mils and John Fishke's Semiotics analysis. This study uses a descriptive qualitative approach. Data collection techniques by way of observation, interviews and documentation. Interviews were conducted with 3 informants whose backgrounds were Waranggono and selected Tiktok social media users, and 1 Waranggono not user social media, based on the purposive sampling method of determining the sample. Then, to get the results of this study, the data that has been obtained is then analyzed using the data analysis technique of Miles and Huberman which consists of three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The theory used in this study is self-concept, to be able to find out what the personality of the Waranggono Dancer is like on the Tiktok social media. Furthermore, with the help of Sarah Mils' discourse analysis method and the combination of John Fishke's Semiotic thoughts to analyze the content of the Waranggono Dancers on their Tiktok social media. From this study it can be seen that the informants have a positive self-concept on their Tiktok social media, they are as subjects or as actors who play the reality of their lives, while the audience is positioned as connoisseurs as well as contributing their role as fellow subjects who can reinforce the character of the informants from the uforia of content that created. Meanwhile, from the Semiotics side, each informant is known to show many scenes with camera shots on the chest which can give the impression of being vulgar, daring, and showing beauty.

Keywords: *Discourse analysis, Self-Concept, Tiktok social media, Waranggono*

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA ILMIAH.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
MOTTO	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Kerangka Teoritis.....	8
2.1.1 Konsep Diri.....	8
2.1.2. Macam-macam Konsep Diri.....	9
2.1.3. Komponen Konsep Diri	10
2.2 Kerangka Konseptual	11
2.2.1 Waranggono Langen Tayub.....	11
2.2.2 Media Sosial	13
2.2.3 Tiktok.....	14
2.3 Kerangka Berfikir.....	15
2.4 Penelitian Terdahulu	16
BAB III.....	19

METODE PENELITIAN	19
3.1 Paradigma Penelitian.....	19
3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Objek dan Subjek	20
3.4 Teknik Penentuan Informan.....	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5.1 Dokumentasi	21
3.5.2 Wawancara.....	21
3.5.3 Observasi (Pengamatan)	21
3.6 Teknik Analisis Data.....	22
3.6.1 Reduksi Data.....	22
3.6.2 Penyajian Data	23
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	23
3.7 Teknik Keabsahan Data	23
3.7.1 Triangulasi Sumber.....	23
3.7.2 Triangulasi Teknik.....	24
3.8 Lokasi Penelitian.....	24
BAB IV	25
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	25
4.1 Gambaran Umum Kesenian Langen Tayub.....	25
4.2 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	27
4.3 Profil Subjek Penelitian.....	27
BAB V.....	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
5.1 Analisis Wacana Konten Penari Waranggono di Media Sosial Tiktok.....	33
5.2 Konsep Diri Penari Waranggono	55
5.2.1 Konsep Diri Positif	56
5.2.2 Konsep Diri Negatif.....	65
BAB VI.....	73
PENUTUP.....	73
6.1 Kesimpulan	73
6.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3. 1 Kerangka Berfikir.....	15
Gambar 4.1. 1 Penari Waranggono dan Pengibing.	25
Gambar 4.3. 1 Foto Diri Informan Suwenik/Suhenik.	27
Gambar 4.3. 2 Akun Media Sosial Tiktok Suwenik.	28
Gambar 4.3. 3 Foto Diri Informan Pujinah / Sri Pujinah	29
Gambar 4.3. 4 Akun Media Sosial Tiktok Pujinah.	30
Gambar 4.3. 5 Foto Diri Informan Watini.	30
Gambar 4.3. 6 Foto Diri Informan Supriyati.....	31
Gambar 4.3. 7 Akun Media Sosial Tiktok Supriyati.....	32
Gambar 5.1. 1 Profil Akun Tiktok Informan Suwenik.	35
Gambar 5.1. 2 Profil Akun Tiktok Informan Pujinah.	36
Gambar 5.1. 3 Profil Akun Tiktok Informan Supriyati.....	37
Gambar 5.1. 4 Komentar Penonton di Tiktok Suwenik.	43
Gambar 5.1.5 Tampilan konten dan isi komentar penonton di Tiktok Suwenik (jumlah penonton 3.800 orang).....	38
Gambar 5.1.6 Tampilan konten dan isi komentar penonton di Tiktok Suwenik (jumlah penonton 7.700 orang).....	39
Gambar 5.1.7 Tampilan konten dan isi komentar penonton di Tiktok Suwenik (jumlah penonton 7.800 orang).....	40
Gambar 5.1.8 Tampilan konten di Tiktok Suwenik (jumlah penonton 184 orang).	44
Gambar 5.1.9 Tampilan konten di Tiktok Suwenik (jumlah penonton 300 orang).	45
Gambar 5.1.10 Tampilan konten di Tiktok Suwenik (jumlah penonton 222 orang).	46
Gambar 5.1.11 Komentar penonton di Tiktok Supriyati.....	54
Gambar 5.1.12 Tampilan konten di Tiktok Suwenik (jumlah penonton 23.500 orang).	49
Gambar 5.1.13 Tampilan konten di Tiktok Supriyati (jumlah penonton 7.500 orang-kiri dan 138.600 orang-kanan).....	50
Gambar 5.1.14 Tampilan konten di Tiktok Suwenik (jumlah penonton 6.900 orang).	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4. 1 Peneitian Terdahulu.	18
--	----