



Nivedana

Jurnal Komunikasi dan Bahasa

E-ISSN: 2723-7664



@ the Author(s) 2025

Volume 6 Number 3, July – September 2025

Submitted Mat 15, 2025

Revised July 10, 2025

Accepted Sept 14, 2025

DOI : <https://doi.org/10.53565/nivedana.v6i3.1782>

CITAYAM FASHION WEEK DAN TIKTOK: BENTUK TRANSFORMASI DIGITAL DAN DINAMIKA SOSIAL ANAK MUDA URBAN

Tiara Nisa Aryanto¹, Elvira Tjahjadi², Naniek Novijanti Setijadi³

Abstrak

Artikel ini menganalisis fenomena *Citayam Fashion Week* (CFW) dan peran TikTok sebagai bentuk transformasi digital dan dinamika sosial anak muda urban di Indonesia. Berangkat dari ekspresi spontan anak-anak muda pinggiran kota Jakarta yang kemudian menjadi viral, penelitian ini menggunakan pendekatan *The Society* dari Littlejohn, yang mencakup tiga pilar: *Social Foundation*, *Social Critique*, dan *Social Change*. Dengan metode *Analisis Wacana Kritis* (Fairclough), studi ini menelusuri bagaimana interaksi simbolik di TikTok membentuk identitas, merepresentasikan kelas sosial, serta mendorong perubahan sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi media ekspresi, tetapi juga ruang negosiasi makna dan kekuasaan simbolik, tempat anak muda pinggiran merebut narasi budaya urban. Namun, viralitas ini juga menghadirkan tantangan seperti komodifikasi, stereotip, dan kooptasi oleh media arus utama. Artikel ini menegaskan bahwa digitalisasi bukan sekadar kemajuan teknologi, melainkan arena baru dalam kontestasi identitas dan redistribusi kekuasaan budaya di era globalisasi digital.

Kata Kunci: Citayam Fashion Week, Tiktok, Transformasi Digital, Sosial, Komunikasi

Abstract

This article analyzes the phenomenon of Citayam Fashion Week (CFW) and the role of TikTok as a form of digital transformation and social dynamics of urban youth in Indonesia. Departing from the spontaneous expression of suburban Jakarta youths that later went viral, this research uses Littlejohn's *The Society* approach, which includes three pillars: *Social Foundation*, *Social Critique*, and *Social Change*. Using the Critical Discourse Analysis method (Fairclough), this study explores how symbolic interactions in TikTok shape identity, represent social class, and encourage social change. The results of the analysis show that TikTok is not only a medium of expression, but also a space for negotiating meaning and symbolic power, where suburban youth seize the narrative of urban culture. However, this virality also presents challenges such as commodification, stereotyping, and co-optation by mainstream media. This article asserts that digitalization is not just a technological advancement, but a new arena for identity contestation and redistribution of cultural power in the era of digital globalization.

Keywords: Citayam Fashion Week, Tiktok, Digital Transformation, Social, Communication

¹Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan, 0168924003@student.uph.edu

²Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan, viraelviral3008@gmail.com

³Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan, naniek.setijadi@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, transformasi digital telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan sosial masyarakat, terutama dalam hal komunikasi, ekspresi identitas, dan pembentukan budaya. Contohnya aplikasi TikTok yang kini merupakan salah satu platform media sosial yang paling digemari di Indonesia (Aurelia, 2024). Perkembangan media sosial seperti TikTok menghadirkan ekosistem baru di mana siapa pun dapat menjadi produsen sekaligus konsumen budaya. Di Indonesia, salah satu fenomena paling mencolok yang lahir dari ruang digital ini adalah Citayam Fashion Week (CFW).

Citayam Fashion Week (CFW) adalah sebuah fenomena sosial yang sempat menjadi sorotan publik di DKI Jakarta pada tahun 2022 (Syafa'ati & Khusyairi, 2023). Citayam Fashion Week awalnya merupakan aktivitas spontan sekelompok remaja dari daerah penyangga Jakarta (seperti Citayam, Bojonggede, dan Depok) yang memadati kawasan Dukuh Atas, Sudirman, untuk mengekspresikan gaya busana mereka. Namun, berkat TikTok, peristiwa tersebut dengan cepat berubah menjadi fenomena viral nasional, bahkan menarik perhatian internasional. TikTok berperan tidak hanya sebagai media dokumentasi, tetapi juga sebagai alat penyebaran makna sosial, tempat negosiasi identitas, serta ruang pembentukan opini publik.

Peragaan busana ini menarik perhatian publik karena diadakan di tempat umum dan dilakukan oleh anak-anak muda, yang kemungkinan besar tidak memiliki latar belakang pendidikan formal di bidang fashion (Zubaidi, 2024). Fenomena ini tidak hanya berbicara soal “fashion jalanan”, tetapi menyentuh isu-isu yang lebih dalam seperti representasi kelas sosial, legitimasi ruang publik, estetika non-dominan, dan agensi anak muda dari pinggiran kota. TikTok memungkinkan mereka menampilkan diri secara otentik, sekaligus membuka peluang atas pengakuan sosial yang selama ini didominasi oleh kelas menengah-atas. Namun di sisi lain, popularitas mereka juga berpotensi dikomodifikasi dan disterilkan oleh media arus utama dan industri.

Content creator adalah seseorang yang terlibat proses menciptakan berbagai bentuk konten seperti gambar, video, dan tulisan yang selanjutnya dibagikan melalui beragam media sosial

(Yulia & Mujtahid, 2023). Fenomena Citayam Fashion Week dan peran TikTok dalam mengangkatnya menjadi viral merefleksikan dinamika komunikasi masyarakat di era digital, di mana batas antara ruang publik fisik dan digital menjadi kabur. Dalam konteks ini, penting untuk memeriksa bagaimana komunikasi digital membentuk, mengkritisi, dan mengubah struktur sosial, terutama dalam konteks ekspresi budaya anak muda urban. Oleh karena itu, artikel ini berupaya menganalisis secara kritis bagaimana Citayam Fashion Week dan TikTok menjadi sarana transformasi digital dan perubahan sosial, dengan menggunakan pendekatan teori The Society dari Littlejohn yang mencakup tiga pilar utama: Social Foundation, Social Critique, dan Social Change.

KERANGKA TEORI

Dalam memahami hubungan antara transformasi digital dan dinamika sosial dalam fenomena Citayam Fashion Week (CFW) dan TikTok, artikel ini menggunakan pendekatan dari *The Society* dalam teori komunikasi menurut buku Stephen W. Littlejohn. Perspektif ini memandang komunikasi bukan hanya sebagai pertukaran pesan antarindividu, melainkan sebagai proses yang membentuk struktur sosial, mencerminkan relasi kuasa, dan mendorong perubahan dalam masyarakat (Littlejohn et al., 2021).

Social Foundations

Social foundation menekankan bagaimana masyarakat dibentuk melalui interaksi simbolik dan wacana. Dalam konteks ini, digunakan tiga teori utama:

1. “*Symbolic Interactionism*”: pendekatan yang menekankan bahwa diri dan masyarakat terbentuk melalui proses interaksi sosial yang penuh makna.
2. “*Social Construction*”: konsep yang merujuk pada bagaimana pengetahuan dan makna dibentuk melalui interaksi sosial.
3. “*Discursive Formation*”: mengatur bentuk dan substansi masyarakat pada suatu era tertentu; formasi ini menentukan apa yang bisa dibicarakan dan siapa yang ucapannya akan diberi otoritas.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Social Critique

Teori kritik sosial berfungsi untuk membongkar dominasi simbolik, ideologi yang hegemonik, dan ketimpangan dalam representasi sosial.

1. “*Cultural Studies*”: bidang interdisipliner yang menelaah bagaimana budaya dibentuk, dipahami, dan dinegosiasikan dalam kehidupan sehari-hari oleh anggota masyarakat.
2. “*Postcolonial Theory*”: proses kolonialisme, eurocentrisme, dan imperialisme sebagaimana ketiganya beroperasi di masa kolonial dan terus dijalankan dalam bentuk-bentuk baru hingga saat ini.
3. “*Critical Race Theory*”: rasisme tertanam dan dinormalisasi dalam struktur sosial dan hukum, dan keadilan hanya dapat dicapai dengan membuka kedok bentuk dan dampak rasisme yang tersembunyi.

Social Change

Social change dalam teori *The Society* membahas bagaimana komunikasi mendorong pergeseran nilai, norma, dan struktur sosial. Ada tiga teori utama yang relevan dengan kasus ini:

1. “*Constructed and Constricted Potentiality*”: potensialitas yang dibatasi, yang mengedepankan persuasi, telah diutamakan sebagai strategi perubahan dalam komunikasi dibandingkan dengan potensialitas yang dibangun, yang menekankan interpretasi. Padahal, pendekatan interpretatif justru membuka ruang yang lebih luas untuk partisipasi dan pemaknaan bersama.
2. “*Politics of Relation*”: membangun aliansi lintas ras, dimana secara strategis memilih bentuk keterikatan yang berpusat pada kekuasaan-bersama (power-with), yang secara potensial dapat mentransformasi diri mereka sendiri dan politik yang mereka perjuangkan.
3. “*Diffusion of Innovation*”: Kecepatan dan adopsi inovasi dipengaruhi oleh inovasi itu sendiri, yakni saluran komunikasi, sistem sosial, dan waktu.

Dengan memadukan ketiga pilar teori *Society* dari Littlejohn, artikel ini memosisikan CFW dan TikTok bukan sekadar sebagai fenomena viral, melainkan sebagai proses komunikasi sosial

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

yang kompleks. Di dalamnya terjadi konstruksi makna, negosiasi kekuasaan, dan perubahan sosial yang mencerminkan dinamika masyarakat digital Indonesia kontemporer.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif, dengan fokus pada makna dan proses komunikasi sosial yang terbentuk melalui interaksi simbolik di ruang digital. Tujuannya adalah memahami bagaimana Citayam Fashion Week (CFW) dan TikTok memediasi konstruksi identitas, representasi kelas, dan perubahan sosial di kalangan anak muda urban.

Metode yang digunakan adalah Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis / CDA), khususnya merujuk pada pendekatan Norman Fairclough, yang melihat bahasa sebagai praktik sosial yang memproduksi dan mereproduksi kekuasaan, ideologi, serta struktur sosial (Tarumingkeng, 2025). CDA memungkinkan peneliti mengkaji: Teks (konten TikTok, caption, komentar), Praktik diskursif (cara konten diproduksi, diedarkan, dikonsumsi), Praktik sosial (bagaimana makna tersebut terkait dengan dinamika sosial seperti kelas, identitas, dan kekuasaan).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer berupa Video TikTok terkait fenomena Citayam Fashion Week, diunggah oleh pengguna individu (anak-anak muda SCBD), akun komunitas, maupun media; Caption, tagar (hashtag), dan komentar yang menyertai video tersebut. Data Sekunder berupa artikel berita daring yang membahas CFW dan keterkaitannya dengan media sosial, dokumentasi digital dari akun TikTok influencer, media, atau brand yang terlibat, literatur akademik atau analisis budaya populer yang relevan.

Teknik pengumpulan datanya dengan melakukan observasi netnografis: mengamati perilaku komunikasi di TikTok secara online; screen capture dan pengarsipan konten: mendokumentasikan video, komentar, interaksi yang dianggap signifikan; koding tematik awal: menyusun kategori berdasarkan pola naratif, simbol, dan representasi yang berulang. Data akan dianalisis dalam tiga lapis sesuai dengan pendekatan Fairclough yaitu deskripsi teks (bagaimana konten CFW dikemas secara visual dan verbal di TikTok); interpretasi praktik diskursif (bagaimana teks diproduksi dan dimaknai oleh audiens); eksplanasi praktik sosial (hubungan

antara konten CFW dan struktur sosial seperti kelas, identitas urban, dan kekuasaan simbolik). Analisis ini akan dibingkai menggunakan teori *The Society* (Littlejohn), khususnya konsep Social Foundation, Social Critique, dan Social Change.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Social Foundations:

1. Symbolic Interactionism

Fenomena CFW menunjukkan bagaimana simbol seperti gaya berpakaian mencolok, lokasi (Sudirman), dan ekspresi tubuh di TikTok telah menjadi sarana anak muda membentuk makna sosial. Mereka dapat dengan bebas berbagi cerita, foto, dan pemikiran mereka untuk membangun narasi kehidupan mereka (Nugraeni, 2024). Melalui interaksi berulang (di lapangan dan di TikTok), anak-anak SCBD membangun makna bahwa mereka "keren", "eksis", dan punya tempat dalam budaya urban, walau tidak berasal dari kelas sosial elite. Contoh: Gaya rambut, fashion nyentrik, dan "catwalk Sudirman" menjadi simbol eksistensi sosial yang disepakati secara kolektif oleh komunitas digital.



Gambar 1. Content creator sedang memuji fashion anak SCBD dan komentar warganet yang beragam.

Sumber: TikTok

2. Social Construction

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Identitas anak muda pinggiran seperti SCBD bukanlah sesuatu yang alami atau bawaan, melainkan dibentuk secara sosial melalui proses komunikasi. Media sosial atau TikTok menjadi ruang utama konstruksi sosial ini (Chomairha et al., 2024). Dengan mengunggah, menyukai, dan menyebarkan konten, komunitas digital turut membentuk citra “anak SCBD” sebagai ikon fashion alternatif, gaya hidup urban baru, dan bahkan “bintang media sosial”. Realitas sosial seperti “anak gaul Citayam” dibentuk dari bawah melalui rekognisi berulang dalam ruang digital, bukan ditetapkan dari atas oleh lembaga atau media arus utama.

3. Discursive Formation

Ruang publik seperti Sudirman sebelumnya diisi oleh wacana elite yakni ruang “profesional”, “kelas atas”, dan “rapi secara estetika”. CFW menginterupsi wacana ini. Anak-anak pinggiran tampil, mengklaim ruang tersebut sebagai tempat ekspresi, bahkan pertunjukan budaya. Wacana dominan tentang siapa yang “berhak tampil” di ruang elite terganggu. TikTok sebagai alat produksi wacana memperkuat perubahan ini, namun juga membuka ruang kooptasi oleh media dan kapital. Kooptasi terjadi ketika suatu kelompok sosial memiliki potensi untuk mengancam, mengambil alih kekuasaan dari pihak yang sedang berkuasa (Nabela et al., 2024).

Social Critique:

1. Cultural Studies

CFW merupakan bentuk budaya tanding terhadap estetika arus utama. Anak-anak SCBD menciptakan simbol dan gaya mereka sendiri, bukan mengikuti standar fashion elite. TikTok menjadi ruang negosiasi: penonton bisa membaca penampilan mereka sebagai keren, lucu, ironis, atau provokatif, tergantung posisi sosial masing-masing audiens. Makna CFW tidak tunggal, melainkan hasil negosiasi sosial antara anak SCBD, netizen, dan institusi (media, brand). Resistensi kerap disebut sebagai bentuk perlawanan (Jalil & Aminah, 2017). Sehingga media dianggap sebagai ruang penting dalam pembentukan dan perlawanan budaya. Para pelaku CFW sedang menentang arus budaya umum mode pakaian orang kantoran SCBD yang selalu tampil rapih dan profesional.



Gambar 2. Sebelum dan sesudah viral Citayam Fashion Week
Sumber: Google

2. Postcolonial Theory

Anak-anak SCBD adalah representasi dari kelompok pinggiran, baik secara geografis maupun simbolik. Sebelumnya, mereka cenderung dimarginalkan dari narasi budaya modern-urban atau diremehkan. Namun kini, CFW membuat mereka terlihat, diakui, bahkan dirayakan. Tapi di saat yang sama, muncul proses eksotisasi dan komodifikasi oleh brand atau media. Mereka bisa tampil hibrid: anak pinggiran tapi masuk ruang global. Namun posisi mereka tetap rentan terhadap kooptasi dan stereotip dari pusat kekuasaan budaya.

3. Critical Race Theory

Ras bukan sesuatu yang selalu ada atau berdasarkan fakta biologis murni, melainkan diciptakan oleh masyarakat pada waktu tertentu karena alasan sosial, politik, atau ekonomi (Barnes, 2021). Meskipun bukan soal ras secara biologis, dalam konteks Indonesia, anak-anak dari Citayam, Bojonggede, dan Depok sering diposisikan secara simbolik sebagai “anak kampung” atau “daerah”. CFW memperlihatkan bagaimana wacana media dan komentar netizen kadang memperkuat stereotip inferioritas tersebut. TikTok bisa memperluas suara mereka, tapi juga memperkuat label “lucu karena aneh” atau “kampungan jadi viral”.

Social Change:

1. Constructed and Constricted Potentially

Anak-anak muda menciptakan sendiri ruang makna baru di TikTok: mereka membangun eksistensi, estetika, dan status sosial alternatif. Namun potensi ini tetap dibatasi oleh algoritma

(yang memilih mana yang layak diviralkan), oleh opini netizen, dan oleh logika komersial media. Potensi mereka bersifat “terbentuk” (constructed), tapi juga “terbatas” (constricted) karena sistem digital tetap diatur oleh kekuasaan tertentu.

2. Politics of Relation

Transformasi CFW tidak hanya didorong oleh individu, tapi oleh relasi kolektif. Influencer, media, brand, warga biasa, komunitas, dan anak SCBD sendiri, semua membentuk jaringan kolaboratif simbolik. Inilah bentuk kekuasaan baru: *power-with*, bukan *power-over*. CFW tidak akan menjadi besar tanpa relasi sosial lintas kelas, wilayah, dan platform digital. Ruang perubahan diciptakan melalui jaringan ini.



Gambar 3. Para artis sedang mengikuti trend CFW
Sumber: TikTok

3. Diffusion of Innovation

Citayam Fashion Week menyebar seperti inovasi sosial. Awalnya dari komunitas kecil (anak-anak SCBD), lalu diadopsi oleh masyarakat luas. TikTok mempercepat proses ini: dari lokal ke nasional (dan bahkan internasional). Gayanya ditiru, istilahnya digunakan, bahkan dikapitalisasi. Ini membuktikan bahwa budaya digital dari pinggiran bisa menjadi arus utama, menunjukkan jalur perubahan sosial yang tak lagi linear dari pusat ke daerah.

Transformasi Digital sebagai Arena Sosial Baru

Transformasi digital telah mengubah tidak hanya cara berkomunikasi, tetapi juga cara membentuk, mengekspresikan, dan menyebarkan identitas sosial. Dalam konteks Indonesia, TikTok berperan sebagai platform digital yang sangat kuat dalam membentuk budaya populer dan identitas kolektif. Fenomena Citayam Fashion Week adalah contoh konkret bagaimana anak-anak

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

muda dari wilayah pinggiran Jakarta memanfaatkan ruang digital untuk merebut posisi dalam struktur sosial dan simbolik. Lewat TikTok, ekspresi mereka yang sebelumnya dianggap pinggiran atau ‘tidak layak’, kini bertransformasi menjadi pusat perhatian nasional. Transformasi ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya soal teknologi, tetapi juga soal pergeseran kekuasaan simbolik, akses naratif, dan penciptaan makna sosial secara horizontal.

Perubahan Struktur Sosial melalui Media Digital

Sebelum era media digital, wacana budaya populer dan identitas urban sering kali dimonopoli oleh kelas menengah-atas di ruang media arus utama. TikTok memungkinkan anak-anak muda dari pinggiran kota menjadi produsen wacana budaya mereka sendiri. Mereka merepresentasikan diri sebagai “gaul”, “fashionable”, dan “pantas tampil” tanpa harus melalui filter media konvensional. Digital transformation memungkinkan redistribusi simbolik: siapa pun yang punya kreativitas dan akses bisa masuk ke ruang sosial yang sebelumnya tertutup. CFW memperlihatkan bahwa identitas sosial kini dibentuk melalui simbol digital: estetika gaya, caption, challenge, dan algoritma. Interaksi simbolik di TikTok mengantikan mekanisme legitimasi sosial lama.

Ketimpangan dan Resistensi dalam Representasi Sosial

Meskipun digitalisasi memberi ruang baru, ia tidak sepenuhnya bebas dari bias sosial dan hierarki kultural. CFW sering direpresentasikan secara ambivalen: dianggap “unik” sekaligus “kampungan”, dipuji sekaligus dijadikan bahan olok-lok. Inilah sisi gelap dari transformasi digital: akses terbuka tidak menjamin representasi yang adil. Wacana yang muncul di TikTok dan media menunjukkan bahwa kelas sosial tetap menjadi penentu cara identitas dikonstruksi dan dinilai. Namun, melalui pendekatan cultural studies dan postkolonial, kita bisa membaca CFW sebagai tindakan simbolik yang menantang dominasi estetika pusat yaitu suatu bentuk budaya tanding digital.

Kolaborasi dan Viralitas sebagai Penggerak Perubahan Sosial

Transformasi digital juga menciptakan bentuk-bentuk perubahan sosial yang cepat dan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

terdesentralisasi. TikTok memfasilitasi penyebaran nilai, gaya, dan simbol sosial melalui viralitas dan algoritma. CFW menjadi gerakan sosial berbasis budaya, bukan karena dukungan institusi, tetapi karena dukungan komunitas digital. Perubahan sosial dalam era digital tidak selalu datang dari atas ke bawah, tapi dari interaksi horizontal di platform-partisipatif. Anak-anak SCBD tidak hanya menciptakan gaya, tapi juga menggeser batas ruang publik, membangun jaringan kolaboratif (influencer, media, netizen), dan menciptakan inovasi budaya dari bawah (bottom-up). Inilah bentuk transformasi sosial dalam masyarakat digital yang dirancang oleh dan untuk publik yang lebih cair.

KESIMPULAN

Fenomena Citayam Fashion Week (CFW) yang berkembang melalui platform TikTok merupakan gambaran nyata dari bagaimana transformasi digital membentuk ulang struktur dan dinamika sosial di masyarakat urban Indonesia. Media digital tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga arena produksi identitas, representasi kelas, dan negosiasi simbolik. Dalam perspektif Society (Littlejohn), CFW mencerminkan bagaimana komunikasi digital membangun makna sosial baru (Social Foundation), menjadi ruang kritik terhadap dominasi budaya kelas atas (Social Critique), dan mendorong perubahan sosial berbasis komunitas dan viralitas (Social Change). Dalam konteks ini, anak muda urban tampil bukan hanya sebagai pengguna media, tetapi sebagai aktor budaya yang aktif dalam meredefinisi ruang, identitas, dan kekuasaan simbolik di era digital. TikTok memberi ruang bagi agensi, tetapi juga membawa risiko kooptasi, stereotip, dan kontrol algoritmik.

Penelitian ini membuka ruang bagi kajian lebih lanjut mengenai hubungan antara media sosial, budaya populer, dan perubahan sosial dalam konteks Indonesia. Studi mendatang dapat memperluas fokus pada aktor-aktor lain yang terlibat dalam fenomena seperti Citayam Fashion Week, termasuk peran media arus utama, brand, dan kebijakan pemerintah terhadap ruang publik. Selain itu, pendekatan partisipatif yang melibatkan langsung komunitas anak muda pinggiran dapat memperkaya pemahaman tentang agensi dan resistensi budaya dalam ruang digital. Kajian

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

komparatif lintas wilayah atau platform juga dapat memberikan perspektif yang lebih luas tentang bagaimana transformasi digital membentuk identitas dan struktur sosial masyarakat kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Aurelia, Y. (2024). Interaksi Sosial Melalui Media Sosial Tiktok Di Kalangan Siswa Sma Pgri 4 Jakarta. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2), 46–54. <https://doi.org/10.33822/gk.v6i2.6563>
- Barnes, C. (2021). Of Races: From Social Constructionism to Biological Realism. *Journal of Philosophy and Culture*, 9(2), 28–38. <https://doi.org/10.5897/JPC2021.0090>
- Chomairha, V. istaufa W., Prabandari, R. D., Fudholi, M. I., & Nisa, P. K. (2024). Kontruksi Sosial Terhadap Fenomena Remaja Berhijab Di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni (JISHS)*, 2(3), 378–384. [https://doi.org/https://doi.org/10.62379/jishs.v2i4.1700](https://doi.org/10.62379/jishs.v2i4.1700)
- Jalil, A., & Aminah, S. (2017). Resistensi Tradisi Terhadap Modernitas. *Umbara: Indonesian Journal of Anthropology*, 2(2), 113–126. <https://doi.org/10.24198/umbara.v2i2.20451>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication* (12th ed.). Waveland Press.
- Nabela, F., Shihabudin, R., Yadia, P. K., Dari, D. W., & Mahpudin. (2024). Jawara Dalam Pusaran Politik: Kooptasi Politik Organisasi Ttkkd (Tjimande Tari Kolot Kebon Djeruk Hilir). *Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan, Dan Sosial (PUBLICIO)*, 6(2), 75–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.51747/publicio.v6i2.2011>
- Nugraeni, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda. *Lancah: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(1), 142–147. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2247>
- Syafa'ati, S. N., & Khusyairi, J. A. (2023). Citayam Fashion Week: Ekspresi Remaja Di Ruang Publik Pada Media Sosial Tiktok Di Era Digital. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 8(1), 71–88. <https://doi.org/10.20527/mc.v8i1.15523>
- Tarumingkeng, R. C. (2025). Critical Discourse Analysis (CDA): Pengertian, Teori dan Aplikasi. In *RUDYCT e-PRESS*. [https://rudyct.com/ab/Critical.Discourse.Analysis\(CDA\)Pengertian.Teori.dan.Aplikasi.pdf](https://rudyct.com/ab/Critical.Discourse.Analysis(CDA)Pengertian.Teori.dan.Aplikasi.pdf)
- Yulia, I., & Mujtahid, I. M. (2023). Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week. *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 677–690. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i2.3180>
- Zubaidi, A. N. (2024). TikTok Effect: Study Of Citayam Fashion Week. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 162–174. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6406>