

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Media Sosial sebagai Sarana Interaksi Komunitas

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu atau kelompok untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi. Ini adalah aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan mendistribusikan konten (Hakim et al., 2024). TikTok, sebagai contoh, adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi video, memberikan komentar, dan berkolaborasi dalam pembuatan konten. TikTok sangat sesuai untuk komunitas otomotif, termasuk komunitas mobil diesel, karena format videonya yang singkat dan interaktif. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membagikan konten edukatif, seperti panduan perawatan kendaraan, serta konten yang lebih santai, seperti saran modifikasi mobil dan undangan untuk pertemuan.

TikTok menyediakan ruang bagi komunitas untuk berbagi pengalaman, mengajukan pertanyaan, dan saling mendukung dalam mengejar minat yang sama. Dengan fitur-fitur seperti komentar, duet, dan siaran langsung, TikTok memberikan banyak kesempatan bagi anggota komunitas untuk berinteraksi secara langsung, baik melalui kolaborasi konten maupun memberikan tanggapan terhadap konten yang diunggah. Dengan cara ini, anggota komunitas dapat membangun ikatan yang lebih kuat dan memperkuat solidaritas di antara mereka (Hayatulnupus, 2025).

2.1.2 Teori Interaksi Simbolik

Dalam penelitian ini, teori utama yang digunakan adalah Teori Interaksi Simbolik, yang diciptakan oleh Herbert Blumer pada tahun 1969 dan didasarkan pada karya George Herbert Mead. Teori ini dipilih karena dapat menjelaskan bagaimana makna, identitas, dan solidaritas

dibangun melalui berbagai interaksi sosial, baik secara langsung (secara langsung) maupun melalui medium digital, seperti media sosial. Untuk tujuan penelitian ini, teori interaksi simbolik sangat relevan karena kebiasaan berkolaborasi di TikTok bukan hanya pertukaran informasi; itu adalah proses perjanjian makna bersama antara anggota komunitas mobil diesel dan akun @07_anps.

Blumer (1969) telah membentuk tiga premis utama interaksi simbolik, yaitu:

1. Manusia bertindak terhadap orang, objek, atau ide sesuai dengan maknanya. Dalam penelitian ini, anggota komunitas mobil diesel bertindak terhadap konten TikTok @07_anps, yang mencakup hal-hal seperti mengomentari, bekerja sama, dan mengunjungi, berdasarkan makna yang mereka berikan. Beberapa contoh maknanya adalah "ini adalah ruang aman untuk berbagi hobi", "ini adalah kesempatan mendapat pengakuan", atau "ini adalah sarana mencari teman baru".
2. Didasarkan pada interaksi sosial yang terjadi antar individu, maknanya muncul dari proses interaksi. Ketika anggota komunitas berkomentar positif, memberi saran, atau mengapresiasi satu sama lain, video modifikasi mobil diesel menjadi simbol "solidaritas". Jika tidak ada interaksi, konten hanyalah tayangan visual tunggal.
3. Proses interpretasi yang dilakukan oleh beberapa orang dalam situasi tertentu mengatur dan mengubah makna. Anggota komunitas secara aktif menafsirkan konten kolaborasi berdasarkan konteks, pengalaman pribadi, dan hubungan mereka dengan anggota lain. Proses interpretasi ini dinamis dan dapat berubah sepanjang waktu.

Solidaritas adalah hasil dari interaksi berulang yang dimaknai bersama oleh anggota komunitas dalam kerangka interaksi simbolik.

Solidaritas tidak hanya ada secara fisik; itu dibangun melalui alat komunikasi seperti:

1. Simbol verbal termasuk tanggapan positif, sapaan, pujian, dan ajakan untuk berkumpul.
2. Simbol nonverbal visual termasuk lokasi yang sama di setiap video, penggunaan stiker komunitas, modifikasi mobil yang mirip.
3. Simbol tindakan termasuk kolaborasi duet, kehadiran di kopi darat, dan keterlibatan dalam tantangan adalah simbol tindakan.

Dengan menggunakan teori interaksi simbolik, peneliti dapat melihat proses mikro bagaimana solidaritas terbentuk dari interaksi sehari-hari yang tampak sederhana, seperti bertukar nomor WhatsApp, meminjamkan alat bengkel, atau membalas komentar. Dengan menggunakan tiga premis Blumer, penelitian ini akan menganalisis keempat sub-bab hasil penelitian meliputi interaksi, konten kolaborasi, partisipasi, dan makna solidaritas.

2.1.3 Praktik Komunikasi Kolaboratif dalam Media Sosial

Dalam penelitian ini, praktik komunikasi kolaboratif mengacu pada serangkaian tindakan komunikasi di mana lebih dari satu orang berpartisipasi secara aktif dalam proses produksi, distribusi, dan interpretasi konten digital. Kolaborasi di media sosial, terutama TikTok, dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti duet (membuat video respons), stitch (menggabungkan video orang lain), kolaborasi langsung dalam pembuatan konten, atau interaksi di kolom komentar, yang menghasilkan diskusi kolektif.

Praktik komunikasi kolaboratif bersifat dialogis, berpartisipasi, dan berorientasi pada komunitas, berbeda dengan pendekatan

komunikasi satu arah yang berpusat pada kreator. Karena audiens memiliki kesempatan untuk secara aktif terlibat, memberi masukan, memodifikasi, dan bahkan menjadi bagian dari konten itu sendiri, praktik ini membuat perbedaan antara kreator, atau produsen, konten, dan audiens menjadi tidak jelas.

Salah satu fitur unik TikTok yang membantu orang bekerja sama adalah algoritma For You Page (FYP) yang menghubungkan konten dengan audiens yang memiliki minat serupa, fitur duet dan stitch yang memungkinkan respons visual langsung, live streaming yang memungkinkan interaksi dalam waktu nyata, dan kolom komentar, yang menjadi tempat diskusi publik.

Penelitian ini berfokus pada praktik komunikasi kolaboratif yang dilakukan oleh akun TikTok @07_anps dan anggota komunitas mobil diesel. Dalam praktik ini, orang bekerja sama untuk memodifikasi video, berinteraksi satu sama lain di kolom komentar, menantang satu sama lain, dan melakukan kegiatan di luar platform yang tidak terintegrasi dengan konten digital.

2.1.4 Solidaritas dalam Komunitas

Solidaritas dalam penelitian ini dipahami sebagai manifestasi empiris dari kuatnya *sense of community*. Ketika keempat elemen SOC (*membership, influence, fulfillment of needs, shared emotional connection*) terpenuhi secara memadai, maka solidaritas akan tampak dalam bentuk: rasa kebersamaan dan kekeluargaan, sikap saling membantu, kesediaan berbagi pengetahuan, kebanggaan sebagai anggota komunitas, serta intensitas interaksi yang berkelanjutan.

Dalam konteks komunitas mobil diesel, solidaritas tidak hanya terbangun melalui interaksi tatap muka, tetapi juga melalui interaksi

digital yang dimediasi oleh TikTok. Akun @07_anps menjadi katalisator yang mempercepat dan memperdalam proses pembentukan solidaritas, dengan menyediakan ruang bagi anggota untuk secara kolektif mengekspresikan kecintaan terhadap mobil diesel, berbagi pengalaman, dan saling mendukung.

Dengan demikian, solidaritas dalam penelitian ini tidak dimaknai sebagai kondisi statis, melainkan sebagai proses sosial yang dinamis, yang terus diperbaharui melalui setiap interaksi, setiap konten kolaboratif, dan setiap momen kebersamaan yang dibagikan oleh anggota komunitas.

Seorang sosiolog bernama Emile Durkheim menggambarkan solidaritas sosial sebagai Seorang sosiolog bernama Durkheim, (1984) dalam Fathoni, (2024) menjelaskan bahwa solidaritas sosial merupakan perasaan kebersamaan dan keterikatan yang muncul dalam suatu kelompok. Durkheim, (1984) dalam Fazrul et al., (2025) membedakan antara solidaritas organik, yang didasarkan pada kesamaan, dan solidaritas mekanik, yang didasarkan pada perbedaan. Dalam komunitas mobil diesel, di mana semua anggota memiliki minat dan tujuan yang sama, yaitu kecintaan terhadap mobil diesel, solidaritas mekanik lebih mendominasi.

Solidaritas ini terbentuk melalui interaksi yang berfokus pada kesamaan minat terhadap kendaraan diesel, seperti berbagi pengalaman, memberikan saran, atau dukungan moral. Dengan mengunggah konten yang menarik dan relevan untuk komunitas mobil diesel, akun TikTok @07_anps berkontribusi dalam memperkuat solidaritas sosial. Anggota juga dapat saling bertukar pengetahuan dan pengalaman melalui fitur interaktif seperti komentar dan duet, yang semakin memperkuat rasa kebersamaan dalam komunitas.

Setelah memahami Teori Identitas Sosial, sangat penting untuk mengaitkannya dengan konsep solidaritas yang menjadi fokus utama penelitian ini. Seperti yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya, solidaritas menurut Durkheim (1984) adalah perasaan kebersamaan dan keterikatan yang muncul dalam suatu kelompok, di mana dalam komunitas berbasis hobi seperti komunitas mobil diesel, solidaritas cenderung bersifat mekanik karena didasarkan pada kesamaan minat, nilai, dan pengalaman bersama.

Namun, dalam perspektif Ilmu Komunikasi yang lebih modern, solidaritas tidak dapat dijelaskan hanya melalui sudut pandang sosiologis Durkheim. Teori Identitas Sosial (Tajfel & Turner, 1979) memberikan penjelasan yang lebih operasional mengenai bagaimana solidaritas terbentuk melalui proses komunikasi. Solidaritas dalam kerangka SIT muncul ketika:

Anggota komunitas berhasil melakukan kategorisasi sosial yang jelas (mereka menyadari bahwa mereka adalah bagian dari "komunitas mobil diesel Malang" yang berbeda dari komunitas otomotif lainnya).

Anggota komunitas mengalami identifikasi sosial yang kuat (mereka merasa bangga, terikat, dan memiliki komitmen terhadap komunitasnya). Anggota komunitas melakukan perbandingan sosial yang positif (mereka merasa bahwa komunitasnya lebih solid, lebih kompak, atau lebih unggul dibandingkan komunitas lain).

2.1.5 Konten Digital dan Partisipasi Komunitas

Konten yang diposting oleh akun TikTok @07_anps mendukung interaksi dan hubungan antar anggota komunitas. Konten tersebut mencakup video edukatif, instruksional, atau hiburan yang

menyampaikan pesan mengenai kolaborasi dan kebersamaan di antara anggota komunitas. TikTok menyediakan beragam konten yang menarik bagi anggota komunitas mobil diesel. Salah satu jenis konten yang sering muncul adalah tutorial perawatan mobil diesel, yang memberikan pengetahuan teknis yang bermanfaat untuk membantu anggota mengatasi berbagai masalah, mulai dari perawatan mesin hingga perbaikan kecil yang dapat dilakukan sendiri. Selain itu, terdapat juga konten mengenai tips modifikasi kendaraan, yang membagikan ide dan inovasi anggota dalam menyesuaikan mobil diesel sesuai dengan keinginan mereka.

Komunitas ini juga sering mengadakan pertemuan dan kegiatan khusus yang direkam untuk menginspirasi anggota lain agar turut berpartisipasi. Terakhir, konten hiburan memiliki peran penting dalam interaksi komunitas ini, seperti meme atau tantangan kreatif yang tetap relevan dengan minat komunitas, memberikan nuansa santai dan menyenangkan di tengah aktivitas komunitas yang lebih serius. Audiens terlibat karena konten yang menarik dan relevan, dengan kemampuan untuk berkomentar, berduet, atau mengikuti tantangan. Keterlibatan ini mencerminkan bagaimana solidaritas sosial terbentuk di antara anggota komunitas.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa studi yang terkait dengan subjek penelitian untuk memberikan dasar teori dan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini:

Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan
Anggara (2022)	<i>Metode Komunikasi Komunitas Mobil</i>	Penelitian kualitatif dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa	Penelitian Anggara menitikberatkan

	<i>Tua untuk Menjaga Solidaritas Kelompok</i>	pendekatan studi kasus	komunikasi dan penggunaan media sosial memiliki peran penting dalam menjaga solidaritas kelompok. Ikatan sosial antaranggota diperkuat melalui nilai kebersamaan dan kesamaan minat.	pada komunitas mobil tua secara keseluruhan, sementara penelitian ini lebih terfokus pada peran akun TikTok @07_anps dalam memperkuat solidaritas komunitas mobil diesel di Kota Malang.
D. Rachmawati (2020)	<i>Pengaruh Media Sosial terhadap Solidaritas Komunitas Digital</i>	Pendekatan kualitatif	Hasil penelitian mengindikasikan bahwa elemen interaktif dalam platform media sosial seperti Instagram dan TikTok dapat memperkuat komunikasi, empati, dan solidaritas di antara anggota komunitas digital.	Penelitian Rachmawati mengkaji solidaritas dalam komunitas digital secara umum, sementara penelitian ini fokus pada komunitas otomotif diesel dan pemanfaatan akun TikTok tertentu sebagai sarana

				komunikasi komunitas.
Hapsari (2021)	<i>Penggunaan Media Sosial dalam Mempertahankan Loyalitas Komunitas Otomotif</i>	Penelitian kualitatif	Hasil penelitian mengindikasikan bahwa metode komunikasi digital yang menggunakan video dan kegiatan interaktif efektif dalam meningkatkan loyalitas serta rasa kepemilikan di antara anggota komunitas otomotif.	Penelitian Hapsari menitikberatkan pada loyalitas dalam komunitas otomotif, sementara penelitian ini lebih menekankan peran akun TikTok dalam menciptakan solidaritas sosial di antara anggota komunitas mobil diesel.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum memaparkan tabel penelitian terdahulu, perlu dijelaskan bahwa kehadiran penelitian-penelitian sebelumnya dalam skripsi ini bukan sekadar pelengkap formalitas. Ada tiga fungsi konkretnya. Pertama, sebagai pembanding untuk menunjukkan posisi penelitian ini di tengah studi yang sudah ada (penelitian Anggara tentang komunitas mobil tua, Rachmawati tentang solidaritas digital umum, dan Hapsari tentang loyalitas otomotif). Kedua, sebagai justifikasi bahwa fokus pada praktik komunikasi kolaboratif di satu akun TikTok tertentu belum banyak dilakukan. Ketiga, sebagai sumber referensi metodologis,

terutama dalam hal pendekatan studi kasus dan teknik wawancara mendalam. Dengan kata lain, penelitian terdahulu membantu saya menghindari "menemukan roda yang sudah ada" sekaligus membangun argumen bahwa penelitian ini memang diperlukan.

Penelitian ini memiliki posisi yang berbeda dan melengkapi studi-studi sebelumnya. Penelitian Anggara, (2022) berfokus pada komunitas mobil tua secara umum dengan pendekatan studi kasus, namun tidak secara spesifik mengkaji peran media sosial. Penelitian D. Rachmawati, (2020) mengkaji solidaritas dalam komunitas digital secara luas, meliputi berbagai platform (Instagram dan TikTok), namun tidak mendalam pada satu komunitas hobi tertentu. Adapun penelitian Hapsari, (2021) lebih menitikberatkan pada loyalitas anggota komunitas otomotif, bukan pada solidaritas.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga hal, yaitu:

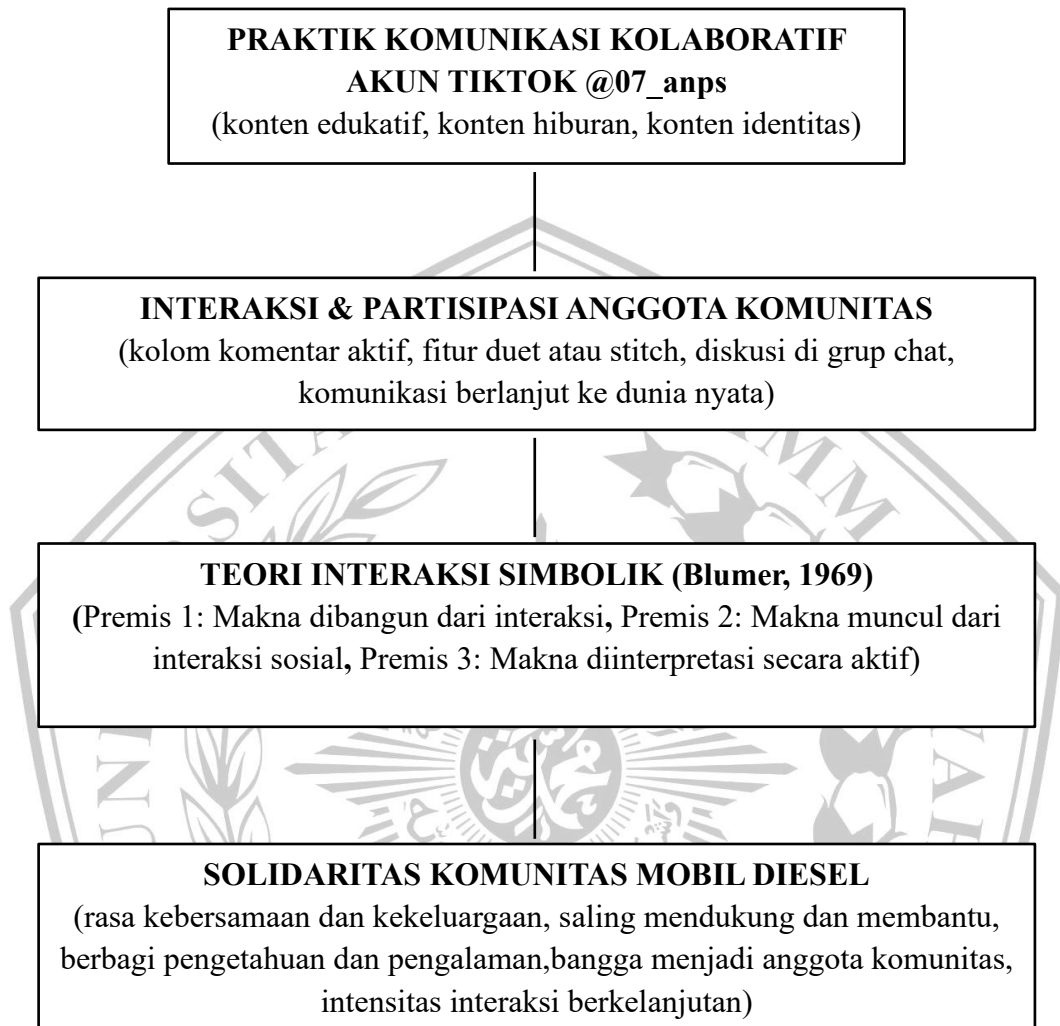
1. Penelitian ini secara khusus menganalisis satu akun TikTok tertentu (@07_anps) sebagai sarana untuk memahami dinamika komunitas, bukan komunitas secara umum atau platform secara abstrak. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menangkap dengan rinci praktik komunikasi kolaboratif yang berlangsung.
2. Penelitian ini menggunakan Teori Interaksi Simbolik (Blumer, 1969) sebagai kerangka analisis utama untuk menguraikan proses mikro pembentukan solidaritas yang terjadi melalui interaksi berulang, negosiasi makna, dan interpretasi simbol dalam komunitas digital yang berfokus pada hobi. Teori ini masih tergolong jarang diterapkan dalam penelitian komunikasi media sosial di Indonesia, khususnya dalam konteks komunitas berbasis hobi.

3. Penelitian ini secara jelas mengaitkan interaksi digital (melalui TikTok) dengan solidaritas di dunia nyata (seperti pertemuan, kopi darat, dan saling membantu) dengan menggunakan tiga premis interaksi simbolik. Aspek ini masih jarang dibahas dalam kajian komunitas otomotif di Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini mengisi *research gap* dengan menawarkan studi kasus mendalam tentang bagaimana sebuah akun media sosial dapat berperan sebagai mediator solidaritas dalam komunitas hobi spesifik, serta bagaimana praktik komunikasi kolaboratif berkontribusi pada penguatan *sense of community*.



2.3 Kerangka Konseptual



Tabel 2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual di atas menggambarkan alur logika penelitian. Pertama, akun TikTok @07_anps melakukan praktik komunikasi kolaboratif melalui berbagai jenis konten (edukatif, hiburan, identitas). Kedua, praktik tersebut memicu interaksi dan partisipasi anggota komunitas, baik di ruang digital (komentar, duet) maupun di dunia nyata (kopi darat, touring). Ketiga, interaksi dan partisipasi tersebut dianalisis menggunakan tiga premis Teori Interaksi Simbolik (Blumer, 1969) untuk

melihat bagaimana makna kebersamaan, solidaritas, dan identitas kolektif dibangun melalui proses komunikasi yang berulang.

