

Analisis Resepsi *Followers @fadiljaidi* pada Representasi Kedekatan Keluarga dalam Konten TikTok

Annisa Salsa Sabilla^{1*}, Dian Marhaeni Kurdaningsih²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Sultan Agung Semarang^{1,2}

*Email Korespodensi : sshabila29@gmail.com, marhaeni@unissula.ac.id

Diterima: 01-09-2026 | Disetujui: 07-09-2026 | Diterbitkan: 09-09-2026

ABSTRACT

The development of social media, particularly TikTok, has changed the way individuals present family life to audiences. Content that portrays interactions among family members can shape particular meanings of family closeness from the perspective of followers. This study aims to analyze the reception of @fadiljaidi followers toward the representation of family closeness in TikTok content and to examine how followers interpret the forms of closeness presented in the content. This study employs a qualitative method using Stuart Hall's reception analysis approach, which categorizes audience positions into three types: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. Data were collected through in-depth interviews with @fadiljaidi followers selected using purposive sampling and supported by documentation of the TikTok content under study. The findings show that followers interpret the closeness between Fadil Jaidi and Pak Muh through intensive interaction, open communication, attention, emotional support, humor, and togetherness displayed in various contents. Most informants occupy the dominant-hegemonic position because they accept and interpret the representation of family closeness in accordance with the messages presented in the content. Meanwhile, some informants occupy the negotiated position, accepting the representation of family closeness while considering that social media content is a constructed representation and does not necessarily reflect the entirety of family life. This study demonstrates that followers' reception of family closeness is influenced not only by the messages conveyed through the content but also by the experiences and perspectives of individual informants. Future research is encouraged to examine the representation of family relationships on other social media platforms with more diverse audience characteristics.

Keywords: Reception Analysis, Stuart Hall, Representation, Family Closeness, TikTok

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah cara individu menampilkan kehidupan keluarga kepada audiens. Konten yang menggambarkan interaksi antar anggota keluarga dapat membentuk makna tertentu mengenai keakraban keluarga dari sudut pandang pengikut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi pengikut @fadiljaidi terhadap representasi keakraban keluarga dalam konten TikTok serta mengkaji bagaimana pengikut memaknai bentuk-bentuk keakraban yang ditampilkan dalam konten tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall, yang mengategorikan posisi audiens ke dalam tiga jenis: dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisional. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengikut @fadiljaidi yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, serta didukung oleh dokumentasi konten TikTok yang diteliti. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengikut memaknai keakraban antara Fadil Jaidi dan Pak Muh melalui interaksi intensif, komunikasi terbuka, perhatian, dukungan emosional, humor, dan kebersamaan yang ditampilkan dalam berbagai konten. Sebagian besar informan menempati posisi dominan-hegemonik karena mereka menerima dan memaknai representasi keakraban keluarga sesuai dengan pesan

yang disampaikan dalam konten. Sementara itu, sebagian informan menempati posisi negosiasi; mereka menerima representasi keakraban keluarga tersebut namun tetap mempertimbangkan bahwa konten media sosial merupakan representasi yang dikonstruksi dan tidak serta-merta mencerminkan keseluruhan kehidupan keluarga. Penelitian ini menunjukkan bahwa resepsi pengikut terhadap keakraban keluarga tidak hanya dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan melalui konten, tetapi juga oleh pengalaman dan perspektif masing-masing informan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji representasi hubungan keluarga di platform media sosial lain dengan karakteristik audiens yang lebih beragam.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Stuart Hall, Representasi, Keakraban Keluarga, TikTok

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Sabilla, A. S., & Kurdaningsih, D. M. . (2026). Analisis Resepsi Followers @fadiljaidi pada Representasi Kedekatan Keluarga dalam Konten Tiktok. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2(3), 3821-3832. <https://doi.org/10.63822/bszcrf05>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola kehidupan masyarakat pada era digital. Media sosial tidak lagi dipandang sekadar sarana bertukar informasi, melainkan telah berkembang menjadi ruang publik digital yang memungkinkan pengguna memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi berbagai bentuk konten secara cepat dan interaktif. Berdasarkan laporan Digital 2025: Indonesia, terdapat sekitar 212 juta pengguna internet di Indonesia atau setara dengan 74,6% dari total populasi, sementara jumlah identitas pengguna media sosial mencapai sekitar 143 juta pada awal tahun 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses komunikasi pada era digital tidak lagi berlangsung secara satu arah, melainkan memungkinkan setiap pengguna berperan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi, sehingga proses pembentukan makna menjadi lebih dinamis dibandingkan dengan media konvensional.

Di antara berbagai platform media sosial, TikTok menjadi salah satu aplikasi yang mengalami pertumbuhan paling pesat dalam beberapa tahun terakhir. TikTok menawarkan format video pendek yang didukung algoritma personalisasi sehingga setiap konten dapat menjangkau audiens secara luas tanpa bergantung pada jumlah pengikut kreator (Bhandari & Bimo, 2022; Kaye et al., 2022). Karakteristik tersebut menjadikan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun identitas, berbagi pengalaman, dan merepresentasikan berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk kehidupan keluarga (Abidin, 2020; Montag et al., 2021).

Salah satu akun yang secara konsisten menampilkan representasi kedekatan keluarga adalah @fadiljaidi, yang dikelola oleh kreator konten Fadil Jaidi dan menampilkan interaksi bersama ayahnya, Pak Muh, melalui humor, aktivitas domestik, dan momen-momen emosional dalam kehidupan sehari-hari. Representasi semacam ini sejalan dengan temuan bahwa figur orang tua di TikTok dapat membangun hubungan parasosial melalui narasi kedekatan keluarga yang dianggap autentik oleh audiens (Smith & Mendelson, 2025), serta bahwa interaksi yang terjalin antara kreator dan followers mampu menciptakan kedekatan emosional yang memengaruhi cara audiens memandang figur media (Prameswari & Tanjung, 2025; Hudders et al., 2021).

Berbagai penelitian terdahulu mengenai TikTok masih didominasi oleh kajian mengenai hubungan parasosial, personal branding, representasi standar kecantikan, maupun strategi pemasaran digital (Mufidah et al., 2025; Casaló et al., 2020). Penelitian mengenai representasi hubungan orang tua dan anak juga telah dilakukan, misalnya pada akun @Shabiraalula&Ayah, yang menemukan bahwa komunikasi terbuka, empati, humor, perhatian, dan dukungan emosional menjadi unsur utama pembentuk representasi hubungan orang tua-anak yang positif di media sosial (Mita & Holilah, 2025). Meskipun demikian, kajian yang secara khusus membahas bagaimana followers memaknai representasi kedekatan keluarga pada akun @fadiljaidi melalui pendekatan Analisis Resepsi Stuart Hall masih relatif terbatas, sehingga terdapat ruang penelitian (research gap) yang penting untuk diisi.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana resepsi followers terhadap representasi kedekatan keluarga dalam konten TikTok akun @fadiljaidi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi followers @fadiljaidi terhadap representasi kedekatan keluarga tersebut dengan menempatkan followers sebagai khalayak aktif yang membangun makna berdasarkan pengalaman, nilai, dan latar belakang sosial masing-masing (Hall, 1980). Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian komunikasi digital, representasi media, dan Analisis Resepsi;

secara praktis, penelitian ini diharapkan memberi masukan bagi kreator konten mengenai cara followers memaknai relasi keluarga yang ditampilkan melalui media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme, yang memandang bahwa realitas mengenai kedekatan keluarga dalam konten TikTok @fadiljaidei dikonstruksi secara berbeda oleh setiap followers sesuai dengan pengalaman, nilai, dan latar belakang sosial masing-masing (Creswell & Poth, 2018; Denzin & Lincoln, 2018). Metode yang digunakan adalah Analisis Resepsi (Reception Analysis) yang dikembangkan oleh Stuart Hall, yang menempatkan khalayak sebagai subjek aktif dalam proses decoding pesan media sehingga makna yang dihasilkan followers tidak selalu sama dengan makna yang dikonstruksi kreator pada tahap encoding (Hall, 1980).

Subjek penelitian ini adalah followers akun TikTok @fadiljaidei yang berusia minimal 18 tahun, telah mengikuti akun tersebut minimal enam bulan, dan pernah menonton konten yang menampilkan interaksi kedekatan keluarga. Objek penelitian ini adalah tiga konten TikTok @fadiljaidei yang merepresentasikan kedekatan keluarga, yaitu konten permainan spontan antara Fadil dan Pak Muh, konten kebersamaan memasak bersama Pak Muh dan Bu Ida, serta konten kejutan ulang tahun untuk Pak Muh.

Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) merupakan followers akun TikTok @fadiljaidei; (2) berusia minimal 18 tahun; (3) telah mengikuti akun tersebut minimal enam bulan; (4) pernah menonton konten yang menampilkan interaksi atau kedekatan keluarga pada akun tersebut; dan (5) bersedia menjadi informan penelitian hingga proses wawancara selesai. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip kejenuhan data (data saturation), bukan berdasarkan besaran populasi (Hennink et al., 2020), sehingga diperoleh tujuh informan yang identitasnya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Identitas Informan Penelitian

Kode Informan	Pekerjaan	Usia
NN (Nova Nurprianto)	Staff Humas Fakultas Kedokteran Unissula	22 tahun
ANF (Annisa Nadya Fauziah)	Social Media Marketing	23 tahun
WI (Wahyu Intan)	Mahasiswi	20 tahun
RRM (Rezha Rezki Maullana)	Mahasiswa	21 tahun
LKG (Luthfiah Karenina Ghani)	Dokter Gigi	27 tahun
EPA (Ericca Putri Andani)	Frontliner	22 tahun
RM (Rosul Musyaffa)	Social Media Specialist	23 tahun

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan ketujuh informan, serta observasi dan dokumentasi terhadap tiga konten TikTok yang menjadi objek penelitian. Data sekunder diperoleh dari buku metodologi penelitian, buku teori komunikasi, artikel ilmiah nasional maupun internasional, serta dokumen lain yang membahas Analisis Resepsi, representasi media, media sosial, TikTok, dan kedekatan keluarga (Creswell & Poth, 2018).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) secara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam menjadi teknik utama untuk menggali pengalaman, pandangan, dan pemaknaan informan terhadap representasi kedekatan keluarga yang ditampilkan dalam konten TikTok @fadiljaidi.

Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang terdiri atas tiga tahap, yaitu kondensasi data (data condensation), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (conclusion drawing/verification). Pada tahap penyajian data, hasil wawancara dikelompokkan ke dalam tiga kategori posisi resepsi Stuart Hall, yaitu dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Kualitas data diperiksa melalui triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta member checking dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan maksud yang disampaikan (Lincoln & Guba, 1985; Chafe, 2024).

HASIL PENELITIAN

Encoding: Preferred Reading Konten

Encoding merupakan proses produksi makna yang dilakukan oleh kreator akun TikTok @fadiljaidi melalui elemen dialog, ekspresi, interaksi antartokoh, hingga momen-momen spontan yang secara bersama-sama membentuk arah pemaknaan tertentu bagi penonton. Berikut rumusan preferred reading terhadap tiga konten TikTok @fadiljaidi yang menjadi objek penelitian.

Representasi Kedekatan melalui Permainan Spontan

Konten pertama menampilkan Fadil Jaidi mengajak Pak Muh bermain sebuah permainan sederhana menggunakan dua benda, yaitu permen dan sabun, yang harus dijilat atau dicium Pak Muh sesuai instruksi yang disebutkan secara cepat dan berulang. Kekeliruan Pak Muh yang sempat menjilat sabun justru mengundang tawa bersama hingga Fadil tidak mampu menahan tawanya. Preferred reading yang dibangun adalah: (1) humor melalui permainan spontan menjadi bentuk komunikasi keluarga yang tidak dibatasi oleh formalitas hubungan orang tua dan anak; (2) kesediaan orang tua untuk mengikuti candaan anak, sekalipun berujung pada kekeliruan yang mengundang tawa, merepresentasikan adanya penerimaan dan kepercayaan yang telah terbangun dalam relasi keluarga; (3) tawa yang muncul bersama-sama menegaskan bahwa candaan dalam konteks keluarga dipahami sebagai ekspresi kedekatan emosional, bukan sebagai bentuk merendahkan.

Representasi Kebersamaan dalam Aktivitas Memasak

Konten kedua menampilkan Fadil, Pak Muh, dan Bu Ida membuat puding bersama pada hari biasa, diwarnai percakapan ringan ketika Fadil dan Pak Muh saling mengklaim diri sebagai pihak yang paling

sering membantu Bu Ida. Preferred reading yang dibangun adalah: (1) aktivitas domestik seperti memasak dikonstruksikan sebagai ruang bagi keluarga untuk membangun kebersamaan, bukan sekadar rutinitas rumah tangga yang bersifat teknis; (2) kompetisi main-main dalam mengklaim diri sebagai anggota keluarga yang paling berbakti merepresentasikan bentuk perhatian dan keinginan untuk diakui kontribusinya, yang lahir dari kedekatan emosional antaranggota keluarga; (3) tindakan saling membantu dalam proses memasak serta memuji hasil masakan merepresentasikan bentuk penghargaan dan dukungan yang ditunjukkan antaranggota keluarga melalui hal-hal sederhana.

Representasi Perhatian dan Dukungan Emosional melalui Kejutan Ulang Tahun

Konten ketiga menampilkan kejutan ulang tahun untuk Pak Muh yang dipersiapkan oleh Fadil bersama Bu Ida dan anggota keluarga lain, ditandai momen mendoakan yang membuat Pak Muh menangis haru. Preferred reading yang dibangun adalah: (1) kejutan ulang tahun yang melibatkan seluruh anggota keluarga merepresentasikan kepedulian yang bersifat kolektif, tidak hanya terbatas pada hubungan dua arah antara ayah dan anak; (2) ekspresi haru dan tangis yang muncul ketika menerima perhatian dari keluarga menunjukkan bahwa tindakan sederhana yang dipersiapkan dengan ketulusan dapat menghadirkan makna emosional yang mendalam; (3) doa dan nyanyian yang dipersembahkan secara langsung menggambarkan bahwa kasih sayang dalam keluarga diekspresikan melalui ritual kebersamaan yang penuh kehangatan, bukan semata-mata melalui pemberian bersifat materi.

Temuan Penelitian: *Decoding Followers*

Hasil wawancara dengan ketujuh informan menunjukkan bahwa pemaknaan followers terhadap ketiga konten tersebut terbentuk melalui delapan tema utama, sebagaimana dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Ringkasan Temuan Hasil Wawancara

No.	Tema	Temuan Utama
1	Keharmonisan keluarga	Keluarga Fadil dipandang harmonis, natural, dan menghibur.
2	Kedekatan emosional Fadil dan Pak Muh	Kedekatan terlihat melalui keterbukaan, spontanitas, dan kenyamanan; kesan jengkel tetap dimaknai sebagai kasih sayang.
3	Keterbukaan komunikasi	Komunikasi terbuka dipahami sebagai unsur penting dalam membangun keharmonisan, termasuk melalui kehadiran dan candaan.
4	Humor sebagai bentuk kedekatan	Humor dimaknai sebagai kenyamanan dan kedekatan, meski sebagian informan awalnya ragu soal kesopanannya.
5	Kebersamaan dalam aktivitas sehari-hari	Aktivitas sederhana seperti memasak dan perayaan ulang tahun dipahami sebagai bentuk kebersamaan.

No.	Tema	Temuan Utama
6	Kasih sayang dan kepedulian	Kasih sayang dipahami melalui konsistensi tindakan sederhana, bukan ungkapan verbal semata.
7	Dukungan emosional	Dukungan emosional terlihat melalui gaya komunikasi khas keluarga dan momen perhatian kolektif.
8	Kealamian representasi	Sebagian besar interaksi dinilai natural; sebagian informan menyadari kemungkinan pengemasan konten.

Berdasarkan tabel tersebut, pemaknaan followers terhadap representasi kedekatan keluarga dalam konten TikTok @fadiljaidi terbentuk melalui berbagai aspek interaksi, mulai dari keharmonisan umum hingga kealamian representasi itu sendiri. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa followers @fadiljaidi bukan khalayak yang pasif, melainkan subjek aktif yang mengonstruksi makna kedekatan keluarga berdasarkan pengalaman dan kerangka referensi masing-masing (Hall, 1980).

Klasifikasi Posisi Resepsi Followers

Ketujuh informan selanjutnya dikelompokkan ke dalam tiga posisi resepsi Stuart Hall dengan membandingkan preferred reading yang dirumuskan pada tahap encoding dengan keseluruhan pemaknaan yang disampaikan informan selama wawancara. Informan ditempatkan pada dominant-hegemonic position apabila pemaknaannya sejalan sepenuhnya dengan preferred reading tanpa disertai keraguan maupun catatan kritis; ditempatkan pada negotiated position apabila secara umum menerima makna dominan namun turut menyampaikan reservasi atau kesadaran terhadap pandangan lain; dan ditempatkan pada oppositional position apabila menolak makna dominan dan membangun interpretasi yang sepenuhnya berlawanan.

Tabel 3. Klasifikasi Posisi Resepsi Informan

Informan	Posisi Resepsi	Dasar Klasifikasi
NN	Negotiated Position	Awalnya menilai gaya komunikasi kurang sopan, kemudian menerimanya sebagai kewajiban.
ANF	Negotiated Position	Mengalami perubahan pemaknaan humor dari “kurang sopan” menjadi “wajar”.
WI	Dominant-Hegemonic Position	Menerima seluruh representasi kedekatan keluarga tanpa catatan kritis.
RRM	Negotiated Position	Menyadari adanya pandangan pro-kontra soal kesopanan, tetap memilih memaknai sebagai kedekatan.
LKG	Dominant-Hegemonic Position	Menerima seluruh representasi kedekatan keluarga secara konsisten positif.
EPA	Negotiated Position	Mengakui kesan jengkel dan gaya komunikasi “kurang ajar”, tetap memaknai sebagai kasih sayang.

Informan	Posisi Resepsi	Dasar Klasifikasi
RM	Negotiated Position	Menyadari kemungkinan gimmick/brief produksi, tetap memaknai interaksi sebagai alami dan dekat.

Berdasarkan tabel tersebut, dua informan (WI dan LKG) berada pada dominant-hegemonic position, lima informan (NN, ANF, RRM, EPA, dan RM) berada pada negotiated position, dan tidak ditemukan informan pada oppositional position. Dominasi negotiated position dibandingkan dominant-hegemonic position ini mengindikasikan bahwa followers @fadiljaide tetap menempatkan diri sebagai khalayak aktif yang kritis, sekalipun pada akhirnya mereka cenderung menyetujui makna dominan yang ditawarkan oleh konten @fadiljaide mengenai representasi kedekatan keluarga.

Pembahasan

Posisi Dominan (Dominant-Hegemonic Position)

WI dan LKG menerima representasi kedekatan keluarga dalam konten @fadiljaide sebagai gambaran yang realistis mengenai hubungan keluarga yang harmonis. Keduanya memandang komunikasi yang terbuka, candaan yang lepas, kehadiran dalam aktivitas sehari-hari, serta dukungan emosional antar anggota keluarga sebagai bentuk kedekatan keluarga yang sesungguhnya, tanpa keberatan yang berarti meskipun menyadari adanya kemungkinan pengemasan konten. Sesuai dengan teori resepsi Stuart Hall (1980), kondisi ini menunjukkan posisi dominant-hegemonic, yaitu ketika khalayak menerima makna dominan yang dibangun oleh media tanpa melakukan penolakan yang berarti. Pemaknaan tersebut diperkuat oleh penelitian Mita dan Holilah (2025) yang menunjukkan bahwa komunikasi terbuka, empati, humor, perhatian, dan dukungan emosional merupakan unsur utama yang membentuk representasi hubungan orang tua dan anak yang positif di media sosial, dan relevan dengan konsep kehangatan dan interaksi keluarga yang berkontribusi terhadap ketahanan keluarga (Walsh, 2021; Herawati et al., 2018).

Posisi Negosiasi (Negotiated Position)

Lima informan (NN, ANF, RRM, EPA, dan RM) berada pada posisi negotiated, yaitu menerima sebagian besar representasi kedekatan keluarga dalam konten @fadiljaide, namun tetap menyesuaikannya dengan pengalaman dan pandangan pribadi mereka. NN dan ANF memberikan catatan terhadap bentuk humor yang digunakan karena dinilai tidak sepenuhnya sesuai dengan norma komunikasi dalam keluarga masing-masing; RRM dan RM menunjukkan kesadaran terhadap kemungkinan adanya pengemasan atau gimmick dalam konten untuk kebutuhan produksi; sementara EPA mengakui kesan kurang nyaman pada sebagian interaksi namun tetap memaknainya sebagai bentuk kasih sayang. Sesuai dengan teori resepsi Stuart Hall (1980), posisi negotiated terjadi ketika khalayak menerima sebagian pesan yang disampaikan media, tetapi tetap menyesuaikannya dengan pengalaman dan pandangan pribadi yang mereka miliki. Kecenderungan followers untuk tetap kritis terhadap kemungkinan konstruksi konten ini konsisten dengan karakter TikTok sebagai ruang self-presentation yang teralgoritmakan, sehingga audiens cenderung menyadari adanya proses kurasi di balik tampilan yang terlihat spontan (Bhandari & Bimo, 2022; Abidin, 2020).

Posisi Oposisi (Oppositional Position)

Penelitian ini tidak menemukan informan pada posisi oppositional. Seluruh informan tetap menerima makna utama mengenai kedekatan keluarga yang ditampilkan dalam konten @fadiljaidi, meskipun sebagian memberikan catatan dan penyesuaian terhadap aspek tertentu. Tidak ditemukannya posisi oposisi ini sejalan dengan pola serupa pada penelitian resepsi Stuart Hall terhadap konten media sosial lain, yang menunjukkan bahwa followers dengan afinitas tinggi terhadap suatu akun cenderung tidak menolak pesan dominan secara penuh (Batistuta et al., 2022; Wibisono & Haquu, 2024), mengingat karakteristik informan sebagai followers yang telah memiliki kedekatan dan ketertarikan terhadap akun @fadiljaidi sejak awal. Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat pandangan bahwa proses decoding followers tidak selalu sejajar dengan proses encoding yang dibangun oleh kreator (Hall, 1980). Dimensi kedekatan keluarga yang mencakup komunikasi, kehangatan, dukungan emosional, dan interaksi keluarga (Herawati et al., 2018; Walsh, 2021; Prime et al., 2020; Donker et al., 2021) dimaknai secara aktif oleh followers berdasarkan pengalaman keluarga masing-masing, sehingga representasi kedekatan keluarga dalam konten @fadiljaidi diterima sebagai gambaran yang relevan sekaligus tetap dipertimbangkan sebagai hasil konstruksi media sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa followers @fadiljaidi memaknai representasi kedekatan keluarga dalam konten TikTok secara beragam, dipengaruhi oleh pengalaman sosial, cara pandang, serta latar belakang keluarga masing-masing informan. Dari tujuh informan, lima informan (NN, ANF, RRM, EPA, dan RM) berada pada posisi negotiated dan dua informan (WI dan LKG) berada pada posisi dominant-hegemonic, sedangkan posisi oppositional tidak ditemukan dalam penelitian ini. Dominasi posisi negotiated dibandingkan dominant-hegemonic menunjukkan bahwa followers @fadiljaidi secara umum tetap menempatkan diri sebagai khalayak aktif yang kritis, sekalipun pada akhirnya cenderung menerima representasi kedekatan keluarga yang ditampilkan sebagai gambaran yang positif dan relevan dengan kehidupan keluarga di Indonesia hingga saat ini.

Melalui dimensi kedekatan keluarga yang mencakup komunikasi, kehangatan, dukungan emosional, interaksi keluarga, serta hubungan orang tua dan anak, penelitian ini menunjukkan bahwa representasi dalam konten @fadiljaidi dimaknai sebagai gambaran keluarga yang memenuhi berbagai dimensi kedekatan tersebut, meskipun sebagian informan tetap menyadari bahwa representasi tersebut merupakan hasil konstruksi media yang tidak selalu identik dengan realitas keluarga mereka. Penelitian ini juga memperkuat validitas teori resepsi Stuart Hall dalam konteks media sosial TikTok di Indonesia, sekaligus menegaskan bahwa konten media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi ruang representasi sosial yang mampu memengaruhi cara followers memahami hubungan keluarga dalam kehidupan sehari-hari.

SARAN

Bagi Konten Kreator: para konten kreator, khususnya yang mengangkat tema keluarga, disarankan untuk tetap mempertahankan representasi kedekatan keluarga yang positif, seperti komunikasi terbuka, kehangatan, dan dukungan emosional, karena representasi tersebut terbukti diterima secara luas

dan menjadi inspirasi bagi audiens. Kreator juga disarankan menghadirkan representasi keluarga yang tetap autentik dan tidak sepenuhnya mengesampingkan dinamika nyata dalam hubungan keluarga, agar konten tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi media refleksi sosial yang sehat bagi audiens.

Bagi Followers dan Penonton: disarankan memiliki literasi media yang kritis dalam memahami isi konten keluarga di media sosial. Penonton perlu menyadari bahwa representasi dalam konten merupakan konstruksi naratif yang tidak selalu menggambarkan realitas keluarga secara utuh, sehingga dapat mengambil nilai positif dari konten sekaligus tetap menghargai keunikan dinamika keluarganya sendiri.

Bagi Peneliti Selanjutnya: disarankan melibatkan informan dengan jumlah dan karakteristik yang lebih beragam, baik dari segi usia, latar belakang pendidikan, maupun asal daerah, termasuk melibatkan non-followers untuk membuka kemungkinan munculnya posisi oppositional yang tidak ditemukan dalam penelitian ini. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas objek penelitian pada akun kreator keluarga lain agar diperoleh gambaran resepsi khalayak yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan penelitian ini:

1. Ibu Trimamah, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. Mubarak, S.Sos., M.Si. selaku dosen wali penulis.
3. Dr. Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi penulis.
4. Seluruh dosen pengajar dan civitas akademik di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Ketujuh informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai.
6. Keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan moral dan material.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2020). Mapping internet celebrity on TikTok: Exploring attention economies and visibility labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77–103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Batistuta, S., Nugroho, W. B., & Aditya, I. K. (2022). Pemetaan audiens film Gie (2005) dalam konsep resepsi Stuart Hall. *Jurnal Ilmiah Sosiologi: SOROT*, (1).
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social Media + Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 117, 510–519. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- Chafe, R. (2024). Different paradigm conceptions and their implications for qualitative research. *International Journal of Qualitative Methods*, 23. <https://doi.org/10.1177/16094069241282871>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Donker, M. H., Mastrotheodoros, S., & Branje, S. (2021). Development of parent-adolescent relationships during the COVID-19 pandemic: The role of stress and coping. *Developmental Psychology*, 57(10), 1611–1622. <https://doi.org/10.1037/dev0001212>
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. Dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies*, 1972–79 (pp. 128–138). Hutchinson.
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Herawati, T., Zubairi, B. K., Musthofa, M., & Tyas, F. P. S. (2018). Dukungan sosial, interaksi keluarga, dan kualitas perkawinan pada keluarga suami istri bekerja. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.1.1>
- Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The commercialization of social media stars: A literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. *International Journal of Advertising*, 40(3), 327–375. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1836925>
- Kaye, D. B. V., Zeng, J., & Wikström, P. (2022). *TikTok: Creativity and culture in short video*. Polity Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mita, M., & Holilah, I. (2025). Representasi komunikasi efektif antara orang tua dan anak di media sosial: Analisis pada akun TikTok @Shabiraalula&Ayah. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 3(2), 51–60. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i2.1668>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Mufidah, A., Mubarrok, Z. A., Az-Zahra, F., Wulandari, C. A., Rosita, H., Nabila, A. C., Novika, R. I., & Dewi, R. (2025). Representasi standar kecantikan perempuan Indonesia dalam konten endorsement produk kecantikan TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(1), 97–110. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v14i1.80014>
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Prameswari, A., & Tanjung, S. (2025). Fandom dan interaksi parasosial dalam TikTok. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 5(1). <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol5.iss1.art1>
- Prime, H., Wade, M., & Browne, D. T. (2020). Risk and resilience in family well-being during the COVID-19 pandemic. *American Psychologist*, 75(5), 631–643. <https://doi.org/10.1037/amp0000660>
- Smith, J. K., & Mendelson, E. A. (2025). Parasocial parenting, adoption, and monetization of the “internet parent” with the Griswolds on TikTok. *International Journal of Cultural Studies*, 28(5), 907–926. <https://doi.org/10.1177/13678779241288619>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretif, interaktif dan konstruktif* (3rd ed.). Alfabeta.
- Walsh, F. (2021). Family resilience. In *Multisystemic resilience* (pp. 255–270). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190095888.003.0015>

- Wibisono, M. P., & Haqu, R. (2024). Analisis penerimaan pesan satire lingkungan di konten TikTok @pandawaragrup menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi, 9(4), 909–923. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.295>
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. New Media & Society, 24(8), 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>