

Fenomena Komunitas Sosialita Mom Syantik dalam Pembentukan Identitas Sosial di Media Sosial Instagram

Lili Efrita¹, Ummanah²

Universitas Esa Unggul, Indonesia

Email: lilihelmi555@student.esaunggul.ac.id, ummanah@esaunggul.ac.id

Keywords:

The Social Community; Social Identity; Symbolic Interactions; Social Media; Posted on Instagram

Abstract

The development of social media has encouraged the birth of a digital socialite community that plays a role in shaping the social identity of urban communities, especially women. This study aims to analyze the phenomenon of the Mom Syantik socialite community in the process of forming social identity on Instagram social media and understand the symbolic meaning contained in its communication activities. The research uses the constructivism paradigm with a phenomenological qualitative approach. Data collection was carried out through participatory observation, in-depth interviews with six community members, and documentation of offline and online activities on Instagram. Data analysis was carried out using thematic analysis techniques and interpretative phenomenological analysis (IPA). The results of the study show that the Mom Syantik community functions as a collective space for urban women, especially housewives, to build and affirm social identity through lifestyle symbols such as appearance, social gathering activities, social space selection, and visual representation on Instagram. Repetitive symbolic interactions allow members to internalize the community's values, norms, and collective image. Social media not only serves as a means of individual expression, but also as a strategic arena in the construction and legitimacy of the social identity of the modern urban women's community.

Kata Kunci:

komunitas sosialita; identitas sosial; interaksi simbolik; media sosial; Instagram.

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mendorong lahirnya komunitas sosialita digital yang berperan dalam membentuk identitas sosial masyarakat urban, khususnya perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena komunitas sosialita Mom Syantik dalam proses pembentukan identitas sosial di media sosial Instagram serta memahami makna simbolik yang terkandung dalam aktivitas komunikasinya. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif fenomenologis. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam terhadap enam anggota komunitas, serta dokumentasi aktivitas offline dan online di Instagram. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis tematik dan interpretative phenomenological analysis (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas Mom Syantik berfungsi sebagai ruang kolektif bagi perempuan urban, khususnya ibu rumah tangga, untuk membangun dan menegaskan identitas sosial melalui simbol-simbol gaya hidup seperti penampilan, aktivitas arisan, pemilihan ruang sosial, dan representasi visual di Instagram. Interaksi simbolik yang berlangsung secara berulang memungkinkan anggota menginternalisasi nilai, norma, dan citra kolektif komunitas. Media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana ekspresi individu, tetapi juga sebagai arena strategis dalam konstruksi dan legitimasi identitas sosial komunitas perempuan urban modern.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi sosial masyarakat global. Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan telah menjadi ruang sosial baru tempat individu membangun relasi, menampilkan diri, serta membentuk identitas sosial secara simbolik. Fenomena ini terjadi secara masif di berbagai belahan dunia, terutama di masyarakat urban yang memiliki tingkat akses teknologi dan literasi digital tinggi (Chua & Chang, 2016; Twenge et al., 2019). Instagram, sebagai salah satu platform media sosial berbasis visual, memainkan peran penting dalam proses representasi diri dan pembentukan identitas sosial melalui unggahan foto, video, serta interaksi simbolik yang berlangsung secara berkelanjutan (Boyd & Ellison, 2007; Castells, 2010). Dalam konteks global, kemunculan komunitas berbasis gaya hidup di media sosial menunjukkan bahwa identitas sosial kini semakin dikonstruksi melalui ruang digital yang bersifat publik, cair, dan kompetitif.

Seiring dengan menguatnya peran media sosial, muncul berbagai faktor yang mendorong terbentuknya komunitas-komunitas sosialita berbasis digital, khususnya di kalangan perempuan urban (Ozimek & Bierhoff, 2020; Qahri-Saremi & Turel, 2020). Faktor tersebut antara lain kebutuhan akan pengakuan sosial, pencarian afiliasi kelompok, dorongan aktualisasi diri, serta perubahan peran sosial perempuan dalam masyarakat modern (Vannucci et al., 2017). Media sosial menyediakan ruang yang memungkinkan individu untuk menampilkan citra diri ideal, membangun jejaring sosial, serta memperoleh validasi melalui simbol-simbol visual seperti penampilan, aktivitas sosial, dan gaya hidup tertentu (Goffman, 1959; Jenkins, 2014). Dalam konteks komunitas, faktor homogenitas latar belakang sosial, kesamaan minat, serta intensitas interaksi menjadi elemen penting yang memperkuat kohesi kelompok dan membentuk identitas kolektif.

Faktor-faktor tersebut membawa dampak yang signifikan terhadap pola interaksi sosial dan konstruksi identitas individu maupun kelompok. Di satu sisi, komunitas berbasis media sosial mampu memberikan ruang dukungan sosial, solidaritas, dan rasa memiliki bagi anggotanya. Namun di sisi lain, praktik representasi diri yang terus-menerus dapat melahirkan standar sosial tertentu yang bersifat eksklusif dan simbolik. Identitas sosial tidak lagi dibangun semata-mata melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui citra visual yang dikurasi dan dipertontonkan kepada publik digital (Tajfel & Turner, 1986). Dampak ini terlihat dalam pembentukan hierarki simbolik, legitimasi status sosial, serta normalisasi gaya hidup tertentu yang kemudian direproduksi secara kolektif dalam komunitas.

Dalam penelitian ini, fokus utama diarahkan pada dua variabel kunci, yaitu komunitas sosialita Mom Syantik sebagai variabel independen (X) dan pembentukan identitas sosial sebagai variabel dependen (Y). Komunitas Mom Syantik merupakan komunitas perempuan urban yang secara aktif memanfaatkan media sosial Instagram sebagai ruang komunikasi, representasi, dan penguatan identitas kolektif. Aktivitas komunitas ini tidak hanya berlangsung dalam ruang digital, tetapi juga terintegrasi dengan aktivitas offline seperti pertemuan sosial, arisan, dan kegiatan gaya hidup lainnya. Identitas sosial dalam penelitian ini dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi simbolik, afiliasi kelompok, serta internalisasi nilai dan norma komunitas (Burke & Stets, 2009; Mead, 1934).

Pembentukan identitas sosial dalam komunitas Mom Syantik berlangsung melalui proses komunikasi simbolik yang intens dan berulang. Unggahan visual di Instagram,

penggunaan atribut tertentu, serta narasi yang dibangun dalam interaksi digital menjadi sarana utama dalam merepresentasikan identitas diri dan kelompok. Proses ini sejalan dengan perspektif interaksi simbolik yang menekankan bahwa makna sosial dibentuk melalui interaksi dan interpretasi simbol-simbol bersama (Blumer, 1969). Dengan demikian, media sosial berperan sebagai medium sekaligus arena sosial yang mempercepat proses konstruksi identitas dan memperluas jangkauan legitimasi sosial komunitas.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji fenomena identitas sosial di media sosial, namun masih menyisakan celah yang perlu diisi. Penelitian oleh (Papacharissi, 2011) menekankan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang untuk membangun *networked self* yang cair dan adaptif, namun fokusnya lebih pada individu daripada komunitas. (Marwick, 2013) mengkaji bagaimana publik figur dan selebritas mengelola identitas digital melalui strategi *self-branding*, tetapi belum menyentuh komunitas sosialita non-selebritas. Di tingkat nasional, (Nasrullah, 2017) meneliti representasi identitas di media sosial dengan pendekatan umum, sementara (Lim & Smith, 2020) secara spesifik mengkaji konstruksi identitas sosial di Instagram, namun unit analisisnya tetap individu. (Abidin, 2016) meneliti *influencer* dan *visibility labour* di Instagram, tetapi objeknya adalah aktor individual, bukan komunitas kolektif. (Widodo & Prasetyo, 2019) serta (Sari & Nugroho, 2021) telah mengkaji identitas sosial perempuan urban di media digital, namun keduanya belum secara fenomenologis mengeksplorasi bagaimana sebuah komunitas secara terstruktur membangun identitas kolektif melalui interaksi simbolik yang terintegrasi antara ruang online dan offline. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian berupa belum adanya kajian fenomenologis terhadap komunitas sosialita perempuan urban yang secara aktif menggunakan Instagram sebagai ruang komunikasi dan representasi identitas kolektif, terutama dalam konteks ibu rumah tangga yang tergabung dalam komunitas seperti Mom Syantik.

Novelty penelitian ini terletak pada kajian fenomenologis terhadap komunitas sosialita perempuan urban yang memadukan ruang online dan offline dalam pembentukan identitas sosial. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung menempatkan media sosial sebagai alat komunikasi individual, penelitian ini menempatkan komunitas sebagai subjek kolektif yang secara aktif mengonstruksi identitas sosial melalui praktik simbolik yang terorganisasi. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memahami bagaimana perempuan, khususnya ibu rumah tangga, memaknai peran sosial, status, dan eksistensi diri melalui keanggotaan dalam komunitas berbasis media sosial.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada semakin menguatnya peran media sosial dalam membentuk realitas sosial masyarakat kontemporer. Fenomena komunitas sosialita digital seperti Mom Syantik menunjukkan bahwa identitas sosial tidak lagi bersifat statis, melainkan terus dinegosiasikan melalui simbol, interaksi, dan representasi visual. Tanpa pemahaman yang komprehensif, fenomena ini berpotensi melahirkan bias sosial, eksklusivitas simbolik, serta tekanan normatif bagi individu di luar komunitas. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan pemahaman akademik mengenai dinamika identitas sosial dalam komunitas perempuan urban di era digital.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena komunitas sosialita Mom Syantik dalam proses pembentukan identitas sosial di media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna simbolik yang terkandung dalam aktivitas komunikasi komunitas, mengidentifikasi pola interaksi sosial yang terbentuk, serta

menjelaskan peran media sosial dalam mengonstruksi dan melegitimasi identitas kolektif anggota komunitas. Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam perspektif interaksi simbolik dan identitas sosial di era digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi praktisi komunikasi, komunitas sosial, serta pengguna media sosial dalam memahami dinamika pembentukan identitas sosial secara lebih kritis dan reflektif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji fenomena komunitas digital dan identitas sosial perempuan urban.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif fenomenologis yang dirancang untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang diteliti, khususnya terkait dinamika komunitas sosialita Mom Syantik dalam pembentukan identitas sosial anggotanya. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada makna, pengalaman subjektif, serta proses sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Penelitian dilakukan pada komunitas Mom Syantik yang berlokasi di wilayah perkotaan dengan aktivitas komunitas yang terintegrasi antara ruang offline dan ruang digital, khususnya melalui media sosial Instagram. Waktu penelitian dilaksanakan secara bertahap selama periode tertentu yang memungkinkan peneliti mengamati pola interaksi, aktivitas komunitas, serta representasi identitas sosial secara berkelanjutan. Fokus penelitian mencakup beberapa aspek utama, yaitu (a) pola komunikasi dan interaksi sosial antaranggota komunitas, (b) penggunaan simbol-simbol sosial dan visual dalam aktivitas komunitas, serta (c) peran media sosial Instagram dalam membentuk dan merepresentasikan identitas sosial komunitas.

Subjek dalam penelitian ini ditentukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif anggota dalam komunitas Mom Syantik serta intensitas partisipasi mereka dalam kegiatan komunitas, baik secara offline maupun online. Populasi penelitian mencakup seluruh anggota komunitas Mom Syantik, sedangkan sampel penelitian difokuskan pada sejumlah informan kunci yang dianggap mampu memberikan informasi mendalam dan relevan dengan tujuan penelitian. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria tertentu, antara lain keaktifan dalam kegiatan komunitas, durasi keanggotaan, serta keterlibatan dalam aktivitas komunikasi di media sosial Instagram. Strategi ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang kaya dan kontekstual terkait pengalaman, persepsi, serta pemaknaan informan terhadap identitas sosial yang dibangun melalui komunitas. Dengan demikian, penelitian ini tidak bertujuan untuk melakukan generalisasi statistik, melainkan menghasilkan pemahaman komprehensif mengenai fenomena sosial yang diteliti.

Instrumen penelitian dalam studi ini adalah peneliti itu sendiri yang berperan sebagai instrumen utama, dengan dukungan pedoman wawancara, lembar observasi, serta dokumentasi sebagai alat bantu pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif terhadap aktivitas komunitas, wawancara mendalam dengan informan terpilih, serta penelusuran dokumentasi berupa unggahan media sosial, foto kegiatan, dan arsip komunitas yang relevan. Strategi pengumpulan data dilakukan secara simultan dan berulang untuk memastikan kedalaman dan konsistensi data. Analisis data dilakukan secara deskriptif-interpretatif dengan mengorganisasi data ke dalam tema-tema yang relevan dengan fokus

penelitian, sehingga mampu menjelaskan proses pembentukan identitas sosial dalam komunitas Mom Syantik secara sistematis dan utuh. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, serta proses refleksi berkelanjutan selama penelitian berlangsung guna memastikan bahwa temuan penelitian merepresentasikan realitas sosial yang dikaji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada komunitas sosialita Mom Syantik, sebuah komunitas perempuan urban yang memadukan aktivitas sosial offline dengan komunikasi digital berbasis media sosial Instagram. Komunitas ini terbentuk sebagai ruang kolektif bagi para ibu rumah tangga dan perempuan dewasa untuk membangun relasi sosial, berbagi pengalaman, serta mengekspresikan gaya hidup modern melalui berbagai aktivitas sosial seperti arisan, pertemuan rutin, kegiatan rekreatif, dan partisipasi dalam acara publik. Keberadaan komunitas Mom Syantik tidak hanya terbatas pada interaksi langsung, tetapi juga diperkuat melalui representasi visual dan narasi yang dipublikasikan secara konsisten di media sosial.

Subjek penelitian terdiri atas enam informan utama yang dipilih secara purposive berdasarkan tingkat keaktifan, durasi keanggotaan, serta keterlibatan dalam aktivitas komunikasi komunitas, baik secara offline maupun online. Keenam informan tersebut merepresentasikan variasi latar belakang usia, pekerjaan, dan peran dalam komunitas, sehingga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika sosial dan pembentukan identitas yang terjadi. Selain informan utama, penelitian ini juga melibatkan data pendukung berupa dokumentasi aktivitas komunitas, unggahan Instagram, serta hasil observasi partisipatif selama proses penelitian berlangsung.

Secara umum, karakteristik komunitas Mom Syantik menunjukkan ciri komunitas sosialita modern yang menempatkan penampilan, interaksi sosial, dan simbol gaya hidup sebagai elemen penting dalam membangun citra kolektif. Media sosial berperan sebagai ruang legitimasi sosial yang memperluas jangkauan eksistensi komunitas serta memperkuat identitas sosial anggotanya. Data penelitian diperoleh melalui tiga teknik utama, yaitu observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap aktivitas komunitas baik dalam kegiatan tatap muka maupun interaksi digital di Instagram. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman subjektif, persepsi, dan pemaknaan informan terhadap keanggotaan dalam komunitas. Dokumentasi mencakup foto kegiatan, arsip komunitas, serta unggahan media sosial yang merepresentasikan identitas kolektif Mom Syantik. Jumlah data kualitatif yang dianalisis terdiri atas transkrip wawancara dari enam informan, catatan observasi lapangan, serta puluhan unggahan Instagram yang dipilih berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Data-data tersebut dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola makna, simbol, dan interaksi sosial yang berkontribusi pada pembentukan identitas sosial komunitas.

Pembentukan identitas sosial dalam komunitas Mom Syantik terjadi melalui penggunaan simbol-simbol sosial yang berulang dan disepakati bersama. Simbol tersebut mencakup aspek visual, perilaku, serta narasi yang ditampilkan dalam aktivitas komunitas. Media sosial Instagram menjadi sarana utama dalam merepresentasikan simbol-simbol tersebut secara konsisten. Hasil observasi menunjukkan bahwa unggahan foto dan video di Instagram menampilkan keseragaman gaya visual, seperti busana, pose, dan latar kegiatan. Keseragaman ini bukan sekadar estetika, melainkan berfungsi sebagai penanda identitas kolektif yang

membedakan anggota komunitas dari kelompok sosial lain. Caption yang menyertai unggahan juga mengandung narasi yang menegaskan nilai kebersamaan, eksklusivitas, dan gaya hidup modern. Proses ini sejalan dengan konsep identitas sosial yang menekankan pentingnya afiliasi kelompok dalam membentuk konsep diri individu (Tajfel & Turner). Anggota komunitas menginternalisasi identitas kolektif melalui partisipasi aktif dan pengakuan simbolik yang diperoleh dari komunitas dan audiens media sosial.

Media sosial Instagram memiliki peran strategis dalam memperkuat dan menyebarluaskan identitas sosial komunitas Mom Syantik. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai alat komunikasi simbolik yang membentuk persepsi publik terhadap komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota komunitas secara sadar mengkurasi konten yang dipublikasikan untuk mencerminkan citra positif dan prestisius. Proses kurasi ini melibatkan pemilihan momen, sudut pengambilan gambar, serta narasi yang mendukung identitas sosial yang ingin ditampilkan. Interaksi berupa like, komentar, dan repost menjadi bentuk validasi sosial yang memperkuat rasa percaya diri dan legitimasi identitas anggota komunitas. Wawancara mendalam mengungkapkan bahwa keanggotaan dalam komunitas Mom Syantik dimaknai sebagai sarana aktualisasi diri dan penguatan identitas sosial. Informan menyatakan bahwa komunitas memberikan ruang untuk mengekspresikan diri, memperluas jaringan sosial, serta memperoleh pengakuan yang tidak selalu mereka dapatkan dalam lingkungan sosial lain. Pengalaman subjektif ini menunjukkan bahwa identitas sosial tidak dibentuk secara individual, melainkan melalui proses interaksi dan pengakuan kolektif. Anggota komunitas merasakan perubahan dalam cara mereka memandang diri sendiri setelah bergabung dengan komunitas, terutama dalam hal kepercayaan diri dan posisi sosial.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas sosialita Mom Syantik berperan signifikan dalam proses pembentukan identitas sosial anggotanya. Identitas sosial dibangun melalui kombinasi interaksi sosial langsung, komunikasi simbolik, dan representasi visual di media sosial Instagram. Media sosial memperkuat proses ini dengan menyediakan ruang publik yang memungkinkan identitas kolektif diakui dan dilegitimasi secara luas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemunculan komunitas sosialita Mom Syantik tidak dapat dilepaskan dari perubahan ruang sosial masyarakat urban di era digital. Media sosial, khususnya Instagram, telah menggeser pola interaksi sosial dari ruang fisik yang terbatas menuju ruang digital yang terbuka dan simbolik. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Castells yang menempatkan masyarakat kontemporer sebagai *network society*, di mana relasi sosial, identitas, dan kekuasaan dikonstruksi melalui jaringan komunikasi berbasis teknologi (Castells, 2010). Komunitas Mom Syantik hadir sebagai respons sosial terhadap kebutuhan afiliasi, pengakuan, dan aktualisasi diri perempuan urban dalam konteks perubahan tersebut.

Urgensi penelitian ini terletak pada kenyataan bahwa identitas sosial tidak lagi terbentuk secara alamiah melalui interaksi sosial tradisional, melainkan melalui proses kurasi simbolik yang intens di media sosial. Tanpa kajian kritis, fenomena ini berpotensi disalahpahami hanya sebagai gaya hidup konsumtif, padahal hasil penelitian menunjukkan adanya proses sosial yang kompleks dalam pembentukan identitas kolektif komunitas. Dengan demikian, penelitian ini menjawab kebutuhan akademik untuk memahami komunitas sosialita sebagai fenomena komunikasi dan identitas, bukan sekadar tren sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor utama yang mendorong terbentuknya identitas sosial dalam komunitas Mom Syantik. Pertama, adanya kebutuhan akan

afiliasi sosial dan rasa memiliki. Informan memaknai keanggotaan komunitas sebagai ruang aman untuk berinteraksi dengan individu yang memiliki latar belakang, minat, dan nilai yang relatif homogen. Hal ini menguatkan teori identitas sosial Tajfel dan Turner yang menyatakan bahwa individu cenderung mengkategorikan diri ke dalam kelompok tertentu untuk memperoleh identitas sosial yang positif (Tajfel & Turner, 1986).

Kedua, peran simbol dan representasi visual menjadi faktor dominan dalam proses identifikasi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol-simbol gaya hidup, seperti busana, lokasi kegiatan, dan estetika unggahan Instagram, berfungsi sebagai penanda identitas kelompok. Temuan ini sejalan dengan perspektif interaksi simbolik yang menekankan bahwa makna sosial dibangun melalui simbol yang disepakati bersama dalam interaksi sosial (Blumer, 1969; Mead, 1934). Identitas sosial komunitas Mom Syantik tidak muncul secara spontan, tetapi dikonstruksi melalui praktik simbolik yang berulang dan terinternalisasi.

Ketiga, media sosial Instagram berperan sebagai akselerator pembentukan identitas sosial. Validasi sosial berupa likes, komentar, dan respons audiens memperkuat legitimasi identitas kolektif komunitas. Proses ini menciptakan siklus penguatan identitas, di mana representasi diri yang sesuai dengan norma komunitas akan terus direproduksi. Temuan ini memperluas pandangan Goffman tentang presentasi diri, dengan menempatkan media sosial sebagai “panggung depan” digital yang bersifat permanen dan dapat diakses publik luas (Goffman, 1959).

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah bahwa identitas sosial anggota komunitas Mom Syantik terbentuk melalui proses kolektif, bukan semata-mata pilihan individual. Anggota komunitas menyesuaikan perilaku, penampilan, dan narasi diri agar selaras dengan identitas kolektif yang telah terbentuk. Proses ini menunjukkan adanya negosiasi identitas yang berlangsung secara kontinu antara individu dan kelompok.

Temuan ini menguatkan pandangan Burke dan Stets bahwa identitas merupakan hasil interaksi antara struktur sosial dan proses psikologis individu (Burke & Stets, 2009). Dalam konteks Mom Syantik, struktur komunitas dan norma simbolik yang berlaku membingkai cara anggota memaknai diri mereka. Identitas sosial berfungsi sebagai sumber kepercayaan diri, sekaligus sebagai mekanisme kontrol sosial yang halus melalui ekspektasi kelompok.

Dari sudut pandang urgensi penelitian, fenomena ini penting dikaji karena menunjukkan bagaimana media sosial dapat memperkuat proses homogenisasi identitas dalam komunitas. Tanpa kesadaran kritis, individu berpotensi terjebak dalam standar simbolik tertentu yang ditetapkan secara kolektif, sehingga membatasi keberagaman ekspresi diri.

Pembahasan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai arena legitimasi sosial. Identitas sosial komunitas Mom Syantik memperoleh pengakuan tidak hanya dari anggota internal, tetapi juga dari audiens eksternal. Hal ini memperluas jangkauan makna identitas sosial dari ruang privat komunitas ke ruang publik digital.

Temuan ini konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa media sosial berperan dalam pembentukan identitas melalui mekanisme visibilitas dan pengakuan (Boyd & Ellison, 2007; Jenkins, 2014). Namun, novelty penelitian ini terletak pada penekanan bahwa identitas sosial tidak hanya dibentuk oleh individu pengguna media sosial, melainkan oleh komunitas yang secara kolektif mengelola representasi diri mereka. Dengan kata lain, media sosial menjadi ruang institusionalisasi identitas komunitas sosialita.

Dari sisi solusi, hasil penelitian mengisyaratkan perlunya literasi media dan kesadaran reflektif dalam penggunaan media sosial komunitas. Dengan pemahaman yang tepat, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemberdayaan sosial, bukan sekadar alat reproduksi simbol status.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pembentukan identitas sosial dalam komunitas Mom Syantik memiliki dampak sosial yang bersifat ambivalen. Di satu sisi, komunitas

memberikan dampak positif berupa peningkatan rasa percaya diri, solidaritas sosial, dan dukungan emosional bagi anggotanya. Anggota merasa lebih dihargai dan memiliki ruang untuk mengekspresikan diri secara sosial.

Di sisi lain, identitas sosial yang dibangun melalui simbol gaya hidup tertentu berpotensi menciptakan batas sosial yang bersifat eksklusif. Hal ini dapat memperkuat stratifikasi simbolik di masyarakat, di mana nilai sosial individu diukur berdasarkan kemampuan merepresentasikan identitas tertentu di media sosial. Dampak ini sejalan dengan kritik terhadap budaya visual dan konsumsi simbolik dalam masyarakat modern (Baudrillard, 1998).

Urgensi penelitian ini semakin kuat karena menunjukkan bahwa tanpa pengelolaan yang reflektif, komunitas sosialita digital dapat memperkuat kesenjangan simbolik dan tekanan sosial, terutama bagi perempuan urban yang berada di luar komunitas atau tidak mampu memenuhi standar simbolik yang ditampilkan.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menunjukkan perbedaan signifikan dalam fokus dan pendekatan. Penelitian sebelumnya umumnya menempatkan media sosial sebagai ruang ekspresi individual dan identitas personal. Sementara itu, penelitian ini menegaskan bahwa identitas sosial juga dibentuk melalui struktur komunitas yang terorganisasi dan memiliki norma simbolik yang kuat.

Novelty penelitian ini terletak pada integrasi antara kajian komunitas sosialita, identitas sosial, dan media sosial dalam satu kerangka analisis fenomenologis. Penelitian ini tidak hanya menjelaskan apa yang ditampilkan di media sosial, tetapi bagaimana dan mengapa identitas sosial tersebut dikonstruksi secara kolektif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami dinamika identitas sosial perempuan urban di era digital.

Secara teoretis, pembahasan ini memperkuat relevansi teori interaksi simbolik dan identitas sosial dalam konteks media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teori-teori klasik tersebut tetap relevan, namun perlu dikontekstualisasikan dalam ruang digital yang bersifat visual dan jaringan.

Secara praktis, penelitian ini memberikan solusi konseptual bagi komunitas sosial dan praktisi komunikasi untuk mengelola identitas kolektif secara lebih inklusif dan reflektif. Dengan pemahaman yang tepat, komunitas seperti Mom Syantik dapat berperan sebagai ruang pemberdayaan perempuan, bukan sekadar arena simbolik gaya hidup. Dampak positif yang diperoleh jika praktik komunikasi komunitas dilakukan secara seimbang adalah terciptanya identitas sosial yang sehat, adaptif, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena komunitas sosialita Mom Syantik dalam proses pembentukan identitas sosial anggotanya di media sosial Instagram. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komunitas Mom Syantik berperan sebagai ruang sosial kolektif yang secara aktif membentuk dan memperkuat identitas sosial perempuan urban melalui interaksi simbolik yang terstruktur, baik dalam aktivitas offline maupun representasi digital. Identitas sosial tidak terbentuk secara individual, melainkan melalui proses afiliasi, internalisasi nilai kelompok, serta legitimasi simbolik yang diperoleh dari interaksi sosial dan media sosial. Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram berfungsi sebagai arena strategis dalam konstruksi identitas sosial komunitas. Representasi visual, narasi kolektif, dan validasi sosial yang diperoleh melalui interaksi digital mempercepat proses pembentukan identitas serta memperluas pengakuan sosial komunitas di ruang publik. Komunitas tidak hanya menjadi sarana ekspresi diri, tetapi juga mekanisme sosial yang mempengaruhi cara anggota memaknai diri, peran sosial, dan posisi mereka dalam struktur sosial yang lebih luas. Kontribusi penelitian ini terletak pada penguatan kajian identitas sosial

dan interaksi simbolik dalam konteks komunitas sosialita berbasis media digital. Studi ini memberikan pemahaman empiris bahwa pembentukan identitas sosial perempuan urban di era digital bersifat kolektif, terorganisasi, dan dipengaruhi secara signifikan oleh praktik komunikasi visual di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini memperluas perspektif literatur yang sebelumnya lebih menekankan identitas individual dalam penggunaan media sosial. Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah informan yang relatif terbatas serta fokus penelitian yang terpusat pada satu komunitas, sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan komunitas yang lebih beragam, menggunakan pendekatan komparatif, serta menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika identitas sosial di media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and audiences on Instagram. *Media International Australia*, 161(1), 86–100. <https://doi.org/10.1177/1329878X16665177>
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Prentice-Hall.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Burke, P. J., & Stets, J. E. (2009). Identity theory and social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63(3), 224–237. <https://doi.org/10.2307/2695870>
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Jenkins, H. (2014). Participatory culture in a networked era. *Journal of Communication Inquiry*, 38(3), 183–190. <https://doi.org/10.1177/0196859914541873>
- Lim, S. S., & Smith, A. (2020). The mediated construction of social identity on Instagram. *Social Media + Society*, 6(3), 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056305120948490>
- Marwick, A. E. (2013). Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age. *Journal of Consumer Culture*, 13(2), 201–223. <https://doi.org/10.1177/1469540513485752>
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. University of Chicago Press.
- Nasrullah, R. (2017). Media sosial sebagai ruang representasi identitas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 121–132.
- Ozimek, P., & Bierhoff, H. W. (2020). Facebook use depending on age: The influence of social comparisons. *Computers in Human Behavior*, 114, 106543. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106543>
- Papacharissi, Z. (2011). A networked self: Identity, community, and culture on social network sites. *Journal of Communication*, 61(2), 304–321. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01538.x>
- Qahri-Saremi, H., & Turel, O. (2020). Ambivalence and social media use: A dual-valence model. *Information & Management*, 57(4), 103206.

- <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103206>
- Sari, D. P., & Nugroho, C. (2021). Representasi identitas perempuan urban di media sosial Instagram. *Jurnal Kajian Media*, 5(2), 97–109.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In *Psychology of Intergroup Relations* (Vol. 7, Issue 2, pp. 15–40).
- Twenge, J. M., Martin, G. N., & Spitzberg, B. H. (2019). Trends in U.S. adolescents' media use, 1976–2016: The rise of digital media, decline of TV, and the (near) demise of print. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 329–345.
<https://doi.org/10.1037/ppm0000203>
- Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*, 207, 163–166.
<https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.040>
- Widodo, A., & Prasetyo, B. (2019). Identitas sosial dan media digital dalam komunitas urban. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(1), 45–60.