

Konstruksi Identitas Budaya Kampus Mahasiswa Makassar oleh Kreator Konten Parodi Kanda Karca di TikTok

Mussyarifatul Aziizah Ode¹, Syamsuddin Aziz², Muh. Akbar³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi , Universitas Hasanuddin
e-mail: odem24e@student.unhas.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi dan representasi identitas budaya kampus mahasiswa Makassar dalam konten parodi Kanda Karca di TikTok, serta memahami proses negosiasi dengan algoritma dan audiens. Penelitian menggunakan metode kualitatif interpretatif dengan pendekatan analisis semiotika. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga informan utama dan analisis konten video serta respons audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas budaya dikonstruksi melalui observasi sosial, pengalaman empiris, dan strategi kreatif, kemudian direpresentasikan melalui nilai senioritas, simbol visual, bahasa dialek Makassar, serta praktik budaya kampus. Representasi tersebut bersifat ambivalen, menampilkan relasi kuasa sekaligus solidaritas. Selain itu, konstruksi identitas budaya tidak terlepas dari negosiasi dengan algoritma TikTok melalui strategi relatability, konsistensi produksi, dan adaptasi terhadap sensitivitas platform. Interaksi audiens melalui komentar juga berperan dalam memproduksi ulang makna budaya secara dinamis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten parodi tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai ruang konstruksi, reproduksi, dan negosiasi identitas budaya kampus dalam ekosistem media digital. Temuan ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi budaya dan media digital, serta menjadi rujukan bagi kreator dalam memproduksi konten yang sensitif terhadap nilai budaya.

Kata Kunci: *Identitas Budaya Kampus, Representasi Budaya, Media Digital, Tiktok, Konstruksi Sosial*

Abstract

This study aims to analyze the construction and representation of campus cultural identity among Makassar students in the Kanda Karca parody content on TikTok, as well as to understand the negotiation process with the platform's algorithm and audience. This research employs a qualitative interpretive method with a semiotic analysis approach. Data were collected through in-depth interviews with three key informants, along with content analysis of videos and audience responses. The findings

reveal that cultural identity is constructed through social observation, empirical experiences, and planned creative strategies, then represented through values of seniority, visual symbols, Makassar dialect, and campus cultural practices. These representations are ambivalent, reflecting both power relations and solidarity. Furthermore, the construction of cultural identity is negotiated with TikTok's algorithm through strategies such as relatability, consistency in content production, and adaptation to platform sensitivity. Audience interaction through comments also plays a significant role in reproducing cultural meanings dynamically. This study concludes that parody content functions not only as entertainment but also as a space for the construction, reproduction, and negotiation of campus cultural identity within the digital media ecosystem. The findings contribute to the development of cultural communication and digital media studies, and serve as a reference for content creators in producing culturally sensitive content.

Keywords : *Campus Cultural Identity, Cultural Representation, Digital Media, Tiktok, Social Construction*

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu membangun, mengekspresikan, dan mendistribusikan identitas budaya di ruang publik (Fitrianti et al., 2025). Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang produksi makna yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan realitas sosial secara kreatif. Platform digital menghadirkan ruang interaktif yang mempercepat penyebaran simbol, nilai, dan praktik budaya dalam skala yang luas (N. N. Putri et al., 2025; Rahma, 2022). Identitas budaya tidak lagi bersifat statis, melainkan dinamis dan terus mengalami rekonstruksi. Transformasi ini menunjukkan bahwa media digital memiliki peran strategis dalam membentuk cara individu memahami dirinya dan kelompok sosialnya (Afifah & Kuntari, 2025). Kajian mengenai identitas budaya di era digital menjadi semakin relevan untuk diteliti secara mendalam.

Salah satu platform yang memiliki pengaruh besar dalam proses tersebut adalah TikTok, yang dikenal dengan format konten singkat, kreatif, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan (Sanjaya, 2025; O. V. Sari & Abidin, 2023). Platform ini memungkinkan pengguna untuk memproduksi dan menyebarkan konten dengan cepat melalui dukungan algoritma berbasis preferensi audiens. Keunikan ini menjadikan TikTok sebagai medium yang efektif dalam membentuk tren budaya populer. Konten yang viral tidak hanya ditentukan oleh kreativitas, tetapi juga oleh kemampuan kreator dalam membaca pola algoritma (Marbun, 2025; Silalahi, 2025). Hal ini menciptakan hubungan yang kompleks antara kreator, konten, dan audiens. Dengan demikian, TikTok menjadi ruang penting dalam kajian komunikasi dan budaya kontemporer.

Dominasi TikTok dalam membentuk budaya digital juga ditunjukkan melalui kemampuannya menciptakan tren yang bersifat cepat dan massif (Sri Mega

Hayatulnupus, 2025). Algoritma tidak hanya mendistribusikan konten, tetapi juga membentuk selera dan preferensi audiens. Dalam kondisi ini kreator dituntut untuk terus beradaptasi dengan pola konsumsi audiens yang berubah secara dinamis (Nur & Isnaini, 2024). Proses ini menyebabkan konten yang diproduksi sering kali mengalami penyesuaian agar tetap relevan dan menarik. Akibatnya, representasi budaya yang ditampilkan tidak sepenuhnya murni, melainkan telah melalui proses seleksi dan konstruksi (Rahim, 2024). Hal ini menjadikan media sosial sebagai ruang yang aktif dalam membentuk realitas sosial.

Salah satu bentuk konten yang populer di TikTok adalah konten parodi, yang menggabungkan unsur humor, kritik sosial, dan representasi kehidupan sehari-hari (Pierce et al., 2022). Konten parodi digunakan sebagai sarana penyampaian pesan secara implisit melalui simbol dan narasi yang ringan. Melalui pendekatan ini, kreator mampu menghadirkan refleksi terhadap fenomena sosial yang terjadi di lingkungannya. Parodi tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media konstruksi makna. Konten parodi menjadi menarik untuk dikaji dalam perspektif representasi dan identitas budaya (Ibrahim et al., 2025). Analisis terhadapnya dapat mengungkap bagaimana realitas sosial dikemas secara simbolik.

Identitas budaya kampus merupakan bagian dari identitas sosial yang berkembang dalam kehidupan mahasiswa (R. D. Putri et al., 2024). Identitas ini terbentuk melalui interaksi sosial, penggunaan bahasa, simbol khas, serta praktik budaya dalam lingkungan akademik. Mahasiswa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari kelompok sosial lain. Mahasiswa lokal Makassar memiliki kekhasan budaya yang tercermin dalam gaya komunikasi dan humor (Fauzi et al., 2025; A. I. Putri, 2025). Keunikan ini menjadi identitas kolektif yang dapat direpresentasikan dalam media digital. Identitas budaya kampus tidak hanya hadir dalam realitas langsung, tetapi juga dalam ruang virtual.

Kemunculan kreator seperti Kanda Karca di TikTok menunjukkan bagaimana identitas budaya kampus mahasiswa Makassar diangkat melalui konten parodi. Konten yang dihasilkan tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga merepresentasikan realitas kehidupan mahasiswa secara khas (Nugraeni, 2024). Kreator berperan sebagai agen yang mengonstruksikan makna melalui simbol, bahasa, dan narasi, hal ini konten parodi menjadi medium penyebaran budaya kepada audiens yang lebih luas (N. Sari et al., 2024). Proses tersebut menunjukkan bahwa kreator tidak hanya merefleksikan realitas, tetapi juga membentuk pemahaman audiens sehingga peran kreator menjadi penting dalam analisis ini.

Representasi budaya dalam TikTok tidak bersifat netral (Fadli & Elviria, 2025). Algoritma platform mempengaruhi distribusi dan visibilitas konten secara signifikan. Kreator dituntut untuk menyesuaikan konten dengan tren agar mendapatkan jangkauan yang luas, kondisi ini berpotensi menyebabkan penyederhanaan atau stereotipisasi budaya (Wilantari, 2025). Autentisitas budaya sering kali dinegosiasikan dengan kebutuhan popularitas digital. Hal ini menunjukkan adanya tarik-menarik antara nilai budaya dan logika platform, dan menjadikan proses ini penting untuk dianalisis secara kritis.

Audiens juga memiliki peran dalam membentuk konten yang diproduksi. Interaksi seperti komentar, like, dan share mempengaruhi keberlanjutan konten. Kreator cenderung merespons preferensi audiens dalam produksi berikutnya (Kristina et al., 2024). Menciptakan hubungan timbal balik antara kreator dan audiens. Identitas budaya yang ditampilkan menjadi hasil dari negosiasi sosial. Proses ini menciptakan hubungan timbal balik yang dinamis antara kreator dan audiens dalam ekosistem media sosial (Ihlebaek, 2025). Audiens tidak lagi berperan sebagai pihak pasif, melainkan sebagai partisipan aktif dalam produksi makna, identitas budaya yang ditampilkan dalam konten kemudian menjadi hasil dari negosiasi sosial antara kedua pihak tersebut (Avi, 2026; Harisma, 2025). Makna yang terbentuk tidak sepenuhnya dikendalikan oleh kreator, tetapi juga dipengaruhi oleh interpretasi audiens yang menunjukkan bahwa konstruksi identitas budaya bersifat kolektif dan terus berkembang.

Penelitian sebelumnya telah membahas representasi budaya di media sosial, namun sebagian besar masih berfokus pada aspek isi, seperti yang dikaji Kristina et al., (2024) yang menekankan analisis konten dan jaringan media sosial. Kajian mengenai proses konstruksi dan negosiasi identitas masih terbatas, meskipun beberapa studi dari Novara (2025) mulai menyinggung praktik identitas di ruang digital. Penelitian tentang identitas budaya kampus mahasiswa Makassar dalam konteks konten parodi juga masih jarang ditemukan. Padahal konteks lokal memberikan warna yang khas dalam representasi budaya sebagaimana ditegaskan oleh Yahya Afif & Hartati Sulisyo Rini, et al.,(2022) tentang pentingnya lanskap budaya lokal dalam arus global. Keterbatasan ini membuka peluang penelitian yang lebih mendalam sehingga penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan analisis konstruksi identitas, representasi simbolik, dan negosiasi algoritmik dalam satu kerangka kajian. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan Wulansari et al., (2024) tentang masyarakat jaringan, namun dikembangkan lebih spesifik pada konteks budaya kampus. Selain itu penelitian ini juga mengadopsi perspektif Rahmayanti et al., (2025) yang menekankan peran algoritma dalam membentuk visibilitas konten digital. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap dinamika identitas budaya di media digital. Penelitian tidak hanya melihat isi konten, tetapi juga proses di balik produksinya yang dapat memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi digital serta relevan dalam memahami budaya mahasiswa di era media sosial.

Berangkat dari uraian tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: 1) bagaimana konstruksi identitas budaya kampus mahasiswa Makassar dilakukan oleh kreator konten parodi Kandakkarcadi di TikTok? 2) bagaimana representasi nilai, simbol, bahasa, dan praktik budaya kampus mahasiswa Makassar ditampilkan dalam konten parodi tersebut? 3) bagaimana proses negosiasi antara identitas budaya kampus mahasiswa Makassar dengan logika algoritma dan audiens TikTok berlangsung dalam praktik produksi konten?. Rumusan masalah ini menjadi dasar untuk mengkaji secara komprehensif dinamika konstruksi

dan representasi identitas budaya kampus mahasiswa Makassar dalam ekosistem media digital

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-interpretatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan menafsirkan proses konstruksi identitas budaya kampus mahasiswa Makassar yang direpresentasikan melalui konten parodi di TikTok (Muri Yusuf, 2020). Penelitian ini berorientasi pada pemaknaan terhadap simbol, bahasa, gestur, dan narasi yang muncul dalam konten, bukan untuk menguji hubungan antarvariabel secara kuantitatif. Penelitian ini menekankan pada analisis makna dan interpretasi terhadap fenomena budaya dalam konteks media digital.

Objek penelitian ini adalah konten parodi yang diproduksi oleh kreator Kandakkarcadi di TikTok yang merepresentasikan budaya kampus mahasiswa Makassar. Fokus analisis dibatasi pada konten yang menampilkan unsur budaya kampus, seperti penggunaan bahasa dan logat Makassar, interaksi antar mahasiswa, representasi kehidupan organisasi kampus, humor khas mahasiswa, serta simbol atau stereotip yang dilekatkan pada mahasiswa Makassar. Penelitian dilaksanakan pada periode Desember 2025 hingga Februari 2026, mencakup tahap pengumpulan dan analisis data.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder (Daruhadi, 2024). Data primer diperoleh dari konten video parodi yang diunggah oleh kreator, hasil wawancara mendalam dengan kreator Kanda karca, serta respons audiens berupa komentar atau interaksi yang relevan sebagai data pendukung. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literatur akademik seperti buku dan jurnal ilmiah yang membahas konstruksi sosial realitas, representasi budaya, identitas budaya, serta media digital, termasuk penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian TikTok dan budaya populer.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Observasi dilakukan secara sistematis terhadap struktur narasi, penggunaan bahasa, simbol visual, serta tema budaya yang ditampilkan dalam konten parodi (Iryana yana, 2019). Dokumentasi dilakukan dengan mengarsipkan konten berupa video, tangkapan layar, serta transkrip dialog yang relevan. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur dengan kreator konten untuk memperoleh pemahaman mengenai proses produksi, motivasi kreatif, serta pandangan terhadap representasi budaya yang ditampilkan.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan utama adalah kreator Kandakkarcadi sebagai produsen konten, sedangkan informan pendukung dapat berasal dari audiens yang aktif berinteraksi dengan konten. Pemilihan ini bertujuan untuk memperoleh data yang mendalam mengenai proses konstruksi dan pemaknaan identitas budaya dalam konteks media digital.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi konten yang relevan dengan fokus penelitian (Bahiyah & Gumiandari, 2024). Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan kutipan yang merepresentasikan konstruksi identitas budaya. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif melalui interpretasi data dengan menggunakan kerangka teori konstruksi sosial realitas, representasi budaya, praktik budaya, serta media ekologi. Analisis ini bertujuan untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana identitas budaya kampus mahasiswa Makassar dikonstruksi, direpresentasikan, dan dinegosiasikan dalam ekosistem media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Identitas Budaya Kampus Mahasiswa Makassar oleh Kreator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi identitas budaya kampus Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi identitas budaya kampus mahasiswa Makassar dalam konten parodi Kandakkarcadi di TikTok tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui proses observasi sosial, pengalaman empiris, serta strategi kreatif yang terencana. Ide awal konten berangkat dari pengamatan terhadap keseragaman visual mahasiswa teknik yang beredar di media sosial. Salah satu informan, Matthew, mengungkapkan bahwa gagasan tersebut muncul ketika ia melihat fenomena mahasiswa teknik dengan karakteristik yang serupa, seperti rambut gondrong, penggunaan pakaian gelap, dan gaya berpakaian yang cenderung homogen. Ia menyatakan,

“Awalnya itu ide saya dapat dari Makassar Info... saya kepikiran kenapa kembar semua ini? Sama semua gaya na. Rambutnya gondrong, levis, bajunya hitam.”

Pengamatan tersebut kemudian dikembangkan menjadi narasi komedi yang merepresentasikan identitas kolektif mahasiswa teknik. Proses kreatif ini tidak hanya bersumber dari pengamatan visual, tetapi juga diperkuat oleh pengalaman empiris. Darmawan, sebagai mahasiswa teknik, menjelaskan adanya norma tidak tertulis yang membentuk identitas tersebut, seperti larangan menggunakan pakaian tertentu atau tekanan sosial dalam penyesuaian diri. Ia menyatakan,

“Ada aturan tidak tertulis di teknik... kalau masuk teknik, lama-lama pakaiannya jadi hitam-hitam, kayak berubah sendiri.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa identitas budaya kampus terbentuk melalui praktik sosial yang berulang dan diterima sebagai kebiasaan kolektif. Dari sisi perspektif konstruksi sosial realitas dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, proses ini mencerminkan tahapan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pengalaman nyata mahasiswa teknik menjadi dasar produksi konten (eksternalisasi), kemudian diangkat ke dalam bentuk video parodi dan diterima oleh audiens sebagai gambaran umum budaya kampus (objektivasi), serta akhirnya diakui sebagai bagian dari pengalaman kolektif yang “relate” (internalisasi). Terlihat dari respons audiens

yang menganggap konten tersebut sebagai refleksi realitas mereka. Dengan demikian, konten parodi tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga memperkuat dan mereproduksi makna budaya tersebut di ruang digital

Konstruksi identitas juga dibentuk melalui strategi diferensiasi. Kreator secara sadar menghadirkan karakter yang bertolak belakang dengan stereotip mahasiswa teknik, yaitu figur “anak mami” yang tidak sesuai dengan norma budaya teknik. Matthew menjelaskan bahwa

“Bagusnya itu kalau ada anak teknik tidak pakai levis, tidak pakai baju hitam. Anak mami tapi masuk di teknik.”

Strategi ini menunjukkan bahwa identitas tidak hanya dibangun dari kesamaan, tetapi juga dari perbedaan (difference). Hal ini sejalan dengan pandangan Stuart Hall yang menyatakan bahwa identitas budaya terbentuk melalui praktik representasi dan diferensiasi makna antara “yang sesuai” dan “yang tidak sesuai”. Kehadiran karakter Kanda Karca memperkuat konstruksi identitas melalui dimensi simbolik. Karakter ini diciptakan sebagai figur senior dengan otoritas informal yang melampaui struktur akademik formal. Iwan menjelaskan bahwa karakter tersebut merupakan hasil desain yang sengaja dibangun

“Funfactnya itu karakter Kanda Karca ini kita riset semua... jadi bukan kebetulanji.” Ia juga menambahkan bahwa sosok tersebut merepresentasikan figur yang sering ditemukan di lingkungan kampus, “Di setiap kampus pasti ada sosok seperti itu... kecil orangnya tapi ditakuti.”

Perspektif Pierre Bourdieu, karakter Kanda Karca dapat dipahami sebagai representasi modal simbolik, yaitu kekuasaan yang diperoleh melalui pengakuan sosial, pengalaman, dan legitimasi informal. Statusnya tidak berasal dari posisi akademik, melainkan dari keberadaan sosial yang diakui oleh komunitas kampus. Dengan demikian, identitas budaya kampus tidak hanya dibentuk melalui atribut visual, tetapi juga melalui distribusi kekuasaan simbolik di dalam ruang sosial kampus.

Penelitian ini sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Kurniawan (2025) dalam karyanya *Simulakra dan hiperrealitas dalam ruang digital: peran influencer TikTok terhadap konstruksi citra serta keputusan pembelian produk kecantikan pada generasi Z*, yang menegaskan bahwa identitas di media digital dibentuk melalui interaksi sosial, pengalaman kolektif, serta praktik representasi yang berlangsung secara dinamis dan menjelaskan bahwa hubungan timbal balik antara kreator dan audiens menjadi faktor penting dalam membangun makna, sehingga identitas tidak bersifat tetap, melainkan terus dinegosiasikan dalam ruang digital. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini yang menunjukkan bahwa identitas budaya dalam konten parodi dibangun melalui simbol, bahasa, dan narasi yang berakar pada pengalaman sosial, serta diperkuat melalui respons audiens. Sebaliknya temuan ini tidak sepenuhnya sejalan dengan pandangan Fadli & Elviria (2025), yang menyatakan bahwa media cenderung mengaburkan realitas dan lebih didominasi oleh logika hiburan. Berbeda dengan pandangan tersebut penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun dikemas dalam bentuk komedi, konten parodi tetap merepresentasikan realitas sosial dan berfungsi sebagai medium refleksi budaya. Dengan demikian, media

digital tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga arena konstruksi dan reproduksi identitas budaya secara dinamis.

Representasi Nilai, Simbol, Bahasa, dan Praktik Budaya Kampus

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi budaya kampus dalam konten parodi dibangun melalui empat elemen utama, yaitu nilai, simbol visual, bahasa, dan praktik budaya. Keempat elemen tersebut saling berkaitan dalam membentuk makna kultural yang utuh dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Representasi yang ditampilkan tidak bersifat tunggal, melainkan kompleks, dinamis, dan ambivalen sesuai dengan realitas sosial yang melatarbelakanginya. Konten parodi tidak hanya menyederhanakan realitas, tetapi juga mengemasnya dalam bentuk simbolik yang mudah dipahami oleh audiens. Representasi budaya kampus dalam konten ini berfungsi sebagai medium refleksi sekaligus reproduksi makna sosial. Kompleksitas ini terlihat dari bagaimana nilai, simbol, bahasa, dan praktik budaya saling memperkuat dalam setiap adegan yang ditampilkan. Selain itu proses representasi juga dipengaruhi oleh konteks digital yang menuntut penyampaian makna secara cepat dan visual. Konten parodi menjadi ruang di mana realitas sosial dikonstruksi ulang dalam bentuk yang lebih komunikatif dan menarik.

Tabel 1. Representasi Budaya Kampus dalam Konten Parodi

Aspek	Bentuk Representasi	Makna Kultural
Nilai	Senioritas & perpeloncoan	Relasi kuasa sekaligus solidaritas
Simbol Visual	Pakaian hitam, rambut gondrong, sandal	Identitas kolektif mahasiswa teknik
Bahasa	Dialek Makassar	Penanda lokalitas dan otentisitas
Praktik Budaya	Pengkaderan & interaksi senior-junior	Reproduksi habitus kampus

Senioritas menjadi nilai dominan yang direpresentasikan dalam konten parodi ini, khususnya dalam relasi antara senior dan junior di lingkungan kampus. Representasi tersebut tidak hanya menampilkan aspek kekerasan atau dominasi, tetapi juga memperlihatkan sisi protektif dan solidaritas yang melekat dalam hubungan tersebut. Dalam beberapa adegan senior digambarkan tegas dan bahkan keras, namun tetap memiliki kepedulian terhadap juniornya. Hal ini menunjukkan adanya ambivalensi makna dalam praktik senioritas, di mana kekuasaan dan perlindungan berjalan secara bersamaan. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk reproduksi habitus yang diwariskan secara turun-temurun. Habitus tersebut membentuk pola perilaku yang dianggap wajar dan terus direproduksi oleh setiap generasi mahasiswa. Konten parodi kemudian mengangkat praktik tersebut dalam bentuk komedi sebagai refleksi sosial. Senioritas tidak hanya direpresentasikan

sebagai praktik sosial, tetapi juga sebagai struktur budaya yang terus hidup. Representasi ini memperlihatkan bagaimana budaya kampus dinegosiasikan dalam ruang digital melalui humor.

Simbol visual seperti pakaian berwarna gelap, rambut gondrong, serta penggunaan sandal jepit menjadi elemen penting dalam membangun identitas kolektif mahasiswa teknik. Simbol-simbol tersebut ditampilkan secara konsisten sehingga membentuk pola visual yang mudah dikenali oleh audiens. Dalam konteks ini, simbol visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai sistem tanda yang memproduksi makna budaya. Menurut Stuart Hall, makna tidak melekat secara alami pada objek, melainkan dibentuk melalui praktik representasi dalam kebudayaan. Atribut seperti pakaian hitam atau rambut gondrong menjadi kode budaya yang merepresentasikan identitas tertentu. Audiens yang melihat simbol tersebut dapat langsung memahami karakter yang ditampilkan tanpa penjelasan tambahan. Hal ini menunjukkan bahwa simbol visual telah menjadi bagian dari *shared cultural codes* dalam komunitas mahasiswa teknik. Dalam konten parodi simbol tersebut sering dilebihkan untuk memperkuat efek komedi. Justru karena dilebihkan, makna simboliknya menjadi semakin jelas dan kuat dalam membangun identitas kolektif.

Bahasa yang digunakan dalam konten, khususnya dialek Makassar, menjadi elemen penting dalam memperkuat representasi budaya kampus. Penggunaan dialek lokal tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penanda identitas kultural yang khas. Dialek Makassar memberikan nuansa lokalitas yang kuat sehingga membedakan konten ini dari konten lain yang menggunakan bahasa Indonesia umum. Dalam perspektif Stuart Hall, bahasa merupakan sistem representasi utama yang menghasilkan makna dalam kebudayaan. Penggunaan dialek lokal memungkinkan audiens untuk merasakan kedekatan emosional dengan konten yang ditampilkan. Bagi audiens lokal, dialek tersebut mencerminkan realitas keseharian mereka, sementara bagi audiens luar daerah, dialek tersebut tetap menyampaikan emosi dan karakter. Selain itu, penggunaan bahasa lokal juga menjadi strategi diferensiasi dalam ruang digital yang cenderung homogen. Hal ini menunjukkan bahwa identitas lokal tetap memiliki daya tawar dalam ekosistem media sosial. Bahasa berperan sebagai medium penting dalam membangun otentisitas dan kekuatan representasi budaya.

Selain dari nilai, simbol, dan bahasa, praktik budaya seperti pengkaderan dan interaksi senior-junior juga menjadi bagian penting dalam representasi budaya kampus. Praktik ini ditampilkan dalam bentuk adegan yang menggambarkan dinamika hubungan sosial di lingkungan kampus. Pengkaderan tidak hanya direpresentasikan sebagai proses formal, tetapi juga sebagai pengalaman sosial yang membentuk karakter mahasiswa. Dalam perspektif Bourdieu, praktik tersebut merupakan bagian dari *habitus* yang terbentuk melalui pengalaman berulang dan diwariskan antar generasi. Konten parodi kemudian merepresentasikan praktik tersebut dalam bentuk dramatik yang mengandung unsur humor. Hal ini memungkinkan audiens untuk melihat kembali pengalaman tersebut dari sudut pandang yang lebih reflektif. Selain itu, praktik budaya yang ditampilkan juga memunculkan elemen nostalgia, terutama

bagi alumni yang pernah mengalami hal serupa. Nostalgia ini menjadi jembatan antara pengalaman masa lalu dan representasi digital masa kini. Praktik budaya tidak hanya direproduksi, tetapi juga dihidupkan kembali melalui media digital.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang sejalan dengan hasil penelitian ini, terutama Yahya Afif, Hartati Sulisyo Rini & Kuncoro Bayu Prasetyo et al., (2022) yang menyatakan bahwa representasi budaya di media digital dibangun melalui simbol, bahasa, dan pengalaman kolektif yang diolah menjadi narasi yang komunikatif. Penelitian tentang budaya populer di media sosial juga menegaskan bahwa konten digital sering kali berfungsi sebagai ruang reproduksi identitas kultural sekaligus refleksi sosial. Terdapat pula penelitian yang tidak sepenuhnya sejalan yaitu Rahim (2024) yang berpendapat bahwa media digital cenderung mereduksi realitas menjadi sekadar hiburan dan mengaburkan makna budaya yang sebenarnya. Berbeda dengan pandangan tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun dikemas dalam bentuk komedi, konten parodi tetap memiliki kedalaman makna dan berakar pada realitas sosial yang nyata. Konten tidak hanya menghibur, tetapi juga menyampaikan kritik dan refleksi terhadap budaya kampus. Media digital dapat dipahami sebagai ruang yang tidak hanya merepresentasikan, tetapi juga mengonstruksi dan mereproduksi identitas budaya secara dinamis.

Negosiasi Identitas Budaya dengan Algoritma dan Audiens TikTok

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi identitas budaya dalam konten parodi tidak dapat dipisahkan dari proses negosiasi dengan logika algoritma dan respons audiens di TikTok. Kreator tidak hanya berperan sebagai produsen makna, tetapi juga sebagai aktor yang terus menyesuaikan diri dengan dinamika platform digital. Dalam konteks ini, identitas budaya yang ditampilkan bukanlah refleksi yang statis, melainkan hasil interaksi antara realitas sosial kampus dan sistem distribusi digital. Algoritma TikTok berperan dalam menentukan jangkauan konten melalui indikator seperti engagement, watch time, dan interaksi pengguna. Hal ini mendorong kreator untuk mempertimbangkan aspek teknis sekaligus kultural dalam produksi konten. Proses konstruksi identitas budaya berlangsung secara dinamis dan adaptif. Identitas tidak hanya dibentuk oleh pengalaman sosial, tetapi juga oleh struktur teknologi yang memediasi penyampaiannya sehingga konten parodi menjadi ruang negosiasi antara budaya lokal dan logika platform digital.

Salah satu strategi utama yang digunakan kreator adalah *relatability*, yaitu mengangkat pengalaman yang dekat dengan kehidupan audiens. Konten yang dianggap *relate* cenderung memicu respons emosional seperti tawa, nostalgia, dan keterlibatan personal yang tinggi. Interaksi ini kemudian berkontribusi pada peningkatan distribusi konten melalui algoritma TikTok. Kreator secara sadar melakukan observasi terhadap pengalaman mahasiswa teknik untuk memastikan kedekatan makna dengan audiens. Strategi ini menunjukkan bahwa keberhasilan konten tidak hanya ditentukan oleh kreativitas, tetapi juga oleh relevansi sosial. Dalam perspektif Marshall McLuhan, fenomena ini menegaskan bahwa medium tidak hanya menjadi saluran, tetapi juga membentuk pesan itu sendiri. TikTok sebagai medium

dengan karakter visual, singkat, dan interaktif memengaruhi cara identitas budaya dikemas dan disampaikan. Pesan tentang budaya kampus mengalami transformasi agar sesuai dengan logika platform. Relatability menjadi jembatan antara pengalaman sosial dan distribusi digital.

Konsistensi produksi dan pemanfaatan momentum sosial menjadi strategi penting dalam meningkatkan visibilitas konten. Kreator memanfaatkan momen tertentu, seperti periode penerimaan mahasiswa baru, ketika isu kampus sedang ramai diperbincangkan. Pada situasi tersebut, perhatian publik terhadap tema senioritas dan pengkaderan meningkat secara signifikan. Hal ini memberikan peluang lebih besar bagi konten untuk mendapatkan engagement tinggi. Konsistensi dalam mengunggah konten juga menjadi faktor penting agar tetap berada dalam sirkulasi algoritma. Produksi konten yang intensif menunjukkan bahwa kreator menyesuaikan ritme kerja mereka dengan pola distribusi platform. Identitas budaya yang ditampilkan tidak hanya dipengaruhi oleh realitas sosial, tetapi juga oleh konteks temporal dan tren digital. Dalam perspektif ekologi media, teknologi membentuk pola produksi budaya secara keseluruhan. konstruksi identitas menjadi proses yang kontekstual dan berbasis momentum.

Kreator juga melakukan adaptasi terhadap sensitivitas platform, khususnya terkait isu kekerasan dalam praktik senioritas. TikTok sebagai platform memiliki regulasi yang ketat terhadap konten yang mengandung unsur kekerasan atau ujaran agresif. Untuk mengatasi hal tersebut, representasi senioritas tidak ditampilkan secara eksplisit, melainkan dikemas dalam bentuk humor, hiperbola, dan sarkasme. Pendekatan ini memungkinkan pesan tetap tersampaikan tanpa melanggar kebijakan platform. Dalam perspektif McLuhan, bentuk pesan sangat dipengaruhi oleh karakter medium yang digunakan. Identitas budaya yang ditampilkan merupakan hasil penyaringan dan penyesuaian terhadap batasan digital. Kreator tidak sepenuhnya bebas merepresentasikan realitas, tetapi harus menyesuaikannya dengan regulasi platform. Hal ini menunjukkan adanya proses negosiasi antara budaya nyata dan struktur teknologi, konten yang dihasilkan merupakan versi yang telah dimediasi dan dikonstruksi ulang.

Interaksi dengan audiens juga menjadi bagian penting dalam proses negosiasi makna identitas budaya. Audiens tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif memberikan interpretasi melalui komentar, berbagi pengalaman, dan respon emosional. Kolom komentar menjadi ruang diskursif di mana makna diproduksi, dinegosiasikan, dan bahkan diperdebatkan. Berdasarkan teori encoding/decoding dari Stuart Hall, makna yang dikonstruksi oleh kreator tidak selalu diterima secara utuh oleh audiens. Audiens dapat berada pada posisi dominant, negotiated, maupun oppositional reading. Hal ini menunjukkan bahwa makna identitas budaya bersifat terbuka dan tidak final. Respons audiens yang beragam memperkaya interpretasi terhadap konten yang ditampilkan. Identitas budaya dalam konten parodi terus mengalami proses reproduksi makna secara berkelanjutan. Interaksi ini menegaskan bahwa media digital merupakan ruang dialog yang dinamis antara kreator dan audiens.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang sejalan dengan hasil penelitian ini. Misalnya, penelitian oleh Nawawi (2025) menyatakan bahwa keberhasilan konten di TikTok sangat dipengaruhi oleh strategi relatability, konsistensi, dan kemampuan membaca algoritma platform. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kreator harus menyesuaikan kontennya dengan logika distribusi digital untuk memperoleh visibilitas. Terdapat pula penelitian yang tidak sepenuhnya sejalan, seperti studi oleh N. L. I. Putri, (2025) yang berpendapat bahwa algoritma media sosial cenderung mendominasi produksi konten sehingga mengurangi otonomi kreator dan mereduksi makna budaya menjadi komoditas hiburan semata. Berbeda dengan pandangan tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa kreator masih memiliki ruang untuk menegosiasikan identitas budaya secara kreatif, meskipun berada dalam batasan algoritma. Dengan demikian, konstruksi identitas budaya di TikTok merupakan hasil interaksi kompleks antara kreativitas, teknologi, dan partisipasi audiens.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa identitas budaya kampus mahasiswa Makassar dalam konten parodi dikonstruksi melalui observasi sosial, pengalaman empiris, dan strategi kreatif, serta direpresentasikan melalui nilai, simbol, bahasa, dan praktik budaya yang bersifat ambivalen. Proses tersebut juga dinegosiasikan dengan algoritma dan audiens TikTok sehingga identitas menjadi dinamis. Disarankan bagi kreator untuk tetap menjaga sensitivitas budaya dan etika dalam produksi konten, serta bagi akademisi untuk mengembangkan kajian budaya digital. Bagi masyarakat, penelitian ini menjadi rujukan dalam memahami dan menilai representasi budaya secara kritis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). *Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram*. 4(3), 4409–4415. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8367>
- Avi, R. (2026). Strategi Digital Storytelling dalam Membangun Interaksi Audiens pada Konten YouTube NERROR @ Nessie Judge. (*Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 335–347. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v5i1.7664>
- Bahiyah, U., & Gumiandari, S. (2024). Metode Penelitian kualitatif. In *General and Specific Research* (Vol. 4, Issue 2). <https://adisampublisher.org/index.php/edu/article/view/744/784>
- Daruhadi, G. (2024). *Pengumpulan Data Penelitian*. 3(5), 5423–5443.
- Fadli, M., & Elviria, S. (2025). Analisis Semiotik Ferdinand de Saussure Terhadap Representasi Budaya Dalam Konten TikTok @ pesonaindonesia. *Journal of Communication*, 1(1), 1–11.
- Fauzi, A., Fajrin, V., Salsabila, A., Anjani, A., Islam, U., & Yusuf, S. (2025). Penggunaan Jargon Sebagai Bentuk Identitas Sosial Komunitas K-Pop Di

- Media Sosial. *Metafora : Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 12(2), 159–166. <https://doi.org/10.30595/mtf.v12i2.28224>
- Fitrianti, R., Hanaf, A. A., Sosial, I., & Bangsa, U. B. (2025). *Representasi Identitas Remaja Melalui Budaya Tren di Media Sosial identitas , namun masih terbatas yang secara khusus mengkaji hubungan antara budaya tren*. 2(10). <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/wissen.v3i3.1073>
- Harisma, M. A. M. (2025). *Strategi komunikasi peningkatan engagement (like, share, dan comment) TikTok @universitasdiponegoro dan Instagram @undip.official melalui produksi konten video sebagai creative dan program director*. 2(1), 56–64.
- Ibrahim, M. M., Rifad, D. M., Purwanto, E., Purnama, C., & Maulidan, R. A. (2025). *Budaya dalam Era Media Sosial: Studi pada Komunitas Tradisional di Indonesia*. 3, 1–13. <https://doi.org/10.47134/diksima.v2i3.213>
- Ihlebaek, K. A. (2025). *Participatory Culture in a Networked Era*. 10(3), 2017–2021. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1417462>
- Iryana yana, R. K. (2019). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. *Ekonomi Syariah*.
- Kristina, S., Abidin, Z., Hariyanto, F., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., & Politik, I. (2024). *Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Korean Fashion Pada Media Sosial Tiktok*. VII(li), 26–34.
- Kurniawan, D. A. (2025). *Simulakra dan hiperrealitas dalam ruang digital: peran influencer TikTok terhadap konstruksi citra serta keputusan pembelian produk kecantikan pada generasi Z*. 9(2), 268–289.
- Marbun, S. S. (2025). *Analisis dampak media digital terhadap persepsi identitas nasional di kalangan mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar*. 7(3). <https://doi.org/10.3483/trigonometri.v1i1.800>
- Muri Yusuf. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. 64.
- Nawawi, Z. M. (2025). Pengaruh Copywriting Emosional terhadap Engagement di Platform Sosial Berbasis Algoritma Kurasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 77–99. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i3.2335>
- Novara, C. G. D. N. J. (2025). Vulnerable Narcissism and Sense of Community Among Adolescents : The Role of Self- - Esteem and Use of Social Media. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 1–13. <https://doi.org/10.1002/casp.70067>
- Nugraeni, A. (2024). *Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda*. 2(1), 142–147.

- Nur, D., & Isnaini, R. (2024). *Analisis Strategi Branding melalui Konten Kreatif di Media Sosial Tiktok @ azawear*. 2(1).
- Pierce, C. S., Kajang, I. M., Jamal, A., Appo, K., & Kunci, K. (2022). Konstruksi identitas virtual dan praktik komunikasi orang Kajang di media sosial. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(3), 231–244. <https://doi.org/https://doi.org/10.33096/respon.v3i3.134>
- Putri, A. I. (2025). Pengaruh Budaya Asing dan Media Sosial Terhadap Identitas Nasional Generasi Muda Di Era Globalisasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Semayo*, 3(1), 1–9.
- Putri, N. L. I. (2025). *Strategi Akun@ Shelmadess Dalam Membangun Personal Branding Dan Karier Melalui Platform Tiktok*. 8(1), 29–40.
- Putri, N. N., Khoirunnisa, D. A., Ilhamy, D. W., Ikhsan, M., & Purwanto, E. (2025). Pergeseran Budaya: Media Baru sebagai Tiktok dan Aparatus Ideologi. *CONVERSE Journal Communication Science*, 2(1), 20. <https://doi.org/10.47134/converse.v2i1.4345>
- Putri, R. D., Purwanto, E., Keyla, N., Kharismatika, R. N., Muthmainah, K. A., & Tangerang, U. M. (2024). Identitas Budaya dalam Era Digital Riski. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 2000–2011. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.3380>
- Rahim, A. W. A. (2024). Dominasi budaya populer: penguatan nilai-nilai budaya melalui pemanfaatan media sosial. *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakata*, 18(4), 2364–2380. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i4.3530>
- Rahma, S. B. (2022). Transformasi Budaya dalam Media Sosial: Pengaruh terhadap Identitas Generasi Muda. *Jurnal Kajian Budaya, Bahasa Dan Sastra*, 02(05), 14–21.
- Rahmayanti, P., Zazrianita, F., & Sari, W. A. (2025). *Persepsi Mahasiswa Tentang Alih Kode terhadap Identitas Budaya Mahasiswa Indonesia Universitas Islam Negeri Fatamawati Sukarno Bengkulu Pendahuluan*. 5(4), 5546–5557.
- Sanjaya, R. A. (2025). *Representasi Identitas Mahasiswa Melalui Gaya Berpakaian Di Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu)*. 22(2), 51–68. <https://doi.org/10.19105/nuansa.v18i1.xxxx>
- Sari, N., Munfarida, A., & Andrasari, M. F. (2024). *Dampak Media Sosial terhadap Gaya Hidup dan Identitas Budaya Generasi Muda*. 01(01), 36–44.
- Sari, O. V., & Abidin, S. (2023). Konstruksi Bentuk-Bentuk Komunikasi Dan Identitas Diri Konten Kreator Pada Media Sosial Tiktok Dalam Dunia Virtual. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1–9. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/5983>

- Silalahi, P. A. (2025). *Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma terhadap identitas diri di aplikasi TikTok*. 1(2), 1–13.
- Sri Mega Hayatulnupus. (2025). Transformasi Komunikasi Masyarakat Modern Melalui Tiktok: Analisis Partisipatif Generasi Z. *Bashirah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 94–106. <https://doi.org/10.51590/bashirah.v6i1.1060>
- Wilantari, N. N. A. (2025). Representasi budaya Dayak dan komunikasi pariwisata melalui TikTok: analisis semiotika visual terhadap video budaya Kalimantan Tengah. *Urnal Penerangan Agama Hindu*, 23. <https://doi.org/https://doi.org/10.33363/dd.v24i01.1501>
- Wulansari, Y. D., Afcarina, J. S., Aina, S., & Zahrafani, W. (2024). *Pengaruh Media Sosial terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember*. 4(2), 336–346.
- Yahya Afif, Hartati Sulisyo Rini, Kuncoro Bayu Prasetyo, S., Sosiologi, H., Negeri, U., Afif, Y., Rini, H. S., & Prasetyo, K. B. (2022). *Konstruksi Identitas Mahasiswa melalui Organisasi Himpunan Mahasiswa kebudayaan yang ada di dalam masyarakat . Penelitian yang dilakukan oleh Dominikus (2014) komunikasi sehari-hari dan melalui pola-pola interaksi tertentu . Kemudian penelitian yang*. 11(2), 231–243.