

## Analisis Wacana Kritis Pada Akun Tiktok @Shellashaukia

<sup>1</sup>Salsabilla Salva Augusta, <sup>2</sup>Nara Garini Ayuningrum, <sup>3</sup>Mohammad Insan Romadhan

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[augustasalsabilla@gmail.com](mailto:augustasalsabilla@gmail.com)

### Abstrak

Media sosial Tiktok menjadi ruang dominan dalam membentuk opini publik dan konstruksi identitas, salah satunya melalui fenomena “Orang Kaya Baru” (OKB). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana wacana netizen terhadap konten *flexing* oleh Shellashaukia dibentuk dalam kolom komentar. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A Van Dijk, penelitian ini juga mengeksplorasi beberapa dimensi antara lain struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro dalam komentar – komentar yang dibuat oleh netizen. Penelitian ini menemukan hasil yang menunjukkan bahwa komentar netizen mencerminkan kritik sosial, resistensi terhadap gaya hidup konsumtif, serta reproduksi nilai dan norma masyarakat. Wacana “OKB” beroperasi sebagai alat kontrol sosial dalam ranah digital yang sarat akan ideologi dan kognisi sosial.

**Kata kunci:** Tiktok, Wacana Kritis, Orang Kaya Baru, Netizen, Van Dijk

### Abstract

*Tiktok social media has become a dominant space in shaping public opinion and identity construction, one of which is through the phenomenon of "New Rich People" (NRP). This study aims to analyze how netizen discourse on flexing content by Shellashaukia is formed in the comments column. This study uses a qualitative descriptive approach with the Critical Discourse Analysis (AWK) method of the Teun A Van Dijk model, this study also explores several dimensions including macrostructure, superstructure, and microstructure in comments made by netizens. This study found results that show that netizen comments reflect social criticism, resistance to a consumptive lifestyle, and reproduction of community values and norms. The "OKB" discourse operates as a tool of social control in the digital realm that is full of ideology and social cognition.*

**Keywords:** Tiktok, Critical Discourse, New Rich People, Netizens, Van Dijk

### Pendahuluan

Tiktok merupakan media sosial berbasis video pendek yang sangat populer di kalangan generasi muda Indonesia, per Juli 2024 Indonesia memiliki pengguna Tiktok terbanyak di dunia dengan total 157,6 juta jiwa pengguna (goodstats.id, 2024). Dengan *personal branding* seseorang dapat mempengaruhi perspektif dan keputusan orang lain, *personal branding* merupakan citra diri yang ditampilkan selama proses seleksi hingga keputusan diterima atau tidaknya. Hal ini dapat tercermin melalui cara berpakaian, berbicara, gaya, hingga perangkat dan kendaraan yang digunakan. Menurut buku “The Branding Called You”, *personal branding* yang efektif dapat membantu menciptakan citra dan membangun nama untuk mengendalikan persepsi orang lain sebelum mereka berinteraksi langsung. Dengan membangun *personal branding*, kita dapat membentuk persepsi positif atau negatif masyarakat terhadap aspek – aspek yang dimiliki seseorang, seperti kepribadian, gaya bicara, penampilan, kemampuan atau nilai, sehingga menjadi alat efektif untuk menjadikan sebuah alat yang bisa mengenalkan diri kita kepada khalayak ramai pada media online contohnya Tiktok (Dewi et al., 2023). Dalam berinteraksi pada media sosial setiap individu perlu memiliki etika kontemporer, yaitu etika yang relevan dalam ranah elektronik, digital atau daring. Etika ini mencakup sikap, tata cara, dan kebiasaan yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Seseorang berinteraksi dengan berbagai budaya yang luas dan global, oleh karena itu penting untuk menentukan sikap yang tepat terhadap variasi beberapa budaya tersebut, yang tidak semuanya sesuai dengan budaya lokal kita sendiri. Prinsip – prinsip ini harus diterapkan dalam berinteraksi, beradaptasi, berkolaborasi, berpendapat, hingga bertransaksi secara digital (Mayolaika et al., 2021). Terdapat peraturan perundang – undangan yang mengatur etika berkomunikasi, baik di media sosial maupun di ruang publik. Sebagai contoh Undang – Undang No.19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang – Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengatur etika bermedia sosial dalam lima pasal, mulai dari pasal 27 hingga 30 (Mutiarani et al., 2024).

Kehadiran media sosial Tiktok yang kini banyak digunakan oleh beberapa generasi terakait menyebabkan beberapa penggunaanya menyalah gunakan untuk melakukan tindakan yang tidak baik, salah satunya yakni dengan kejahatan yang paling umum ditemukan yang terjadi di Tiktok dimana netizen memberikan komentar negatif kepada pengguna lain. Dimana tindakan negatif ini berupa penghinaan, makian, bullying, catcalling yang ada pada kolom komentar pengguna lain pada aplikasi video Tiktok. Salah satu fokus pada penelitian ini yakni pada akun tiktok milik @shellashaukia yang kini mempunyai followers sebanyak 7,8 juta. Ia merupakan salah satu pendatang baru di dunia Tiktok asal Takengon Aceh Tengah. kini namanya sudah semakin melejit karena video yang ia unggah viral, Shella shaukia atau yang biasa dikenal oleh netizen sebagai Kak Shel adalah seorang pedagang baju, awal mula Shella Shaukia adalah pedagang baju kecil namun setelah

dirinya menggunakan *Online Shop* usahanya semakin maju dan dikenali banyak orang, ia menampilkan semua dagangannya lewat media sosial Tiktok sebagai salah satu patform untuk promosi produk yang ia tawarkan (Sulubere et al., 2023). kemunculan Shellashaukia, seorang pengusaha perempuan asal Aceh yang membangun personal branding melalui konten promosi dagangan.

Rasa bangga pencapaian atas dirinya yang terus menerus semakin sukses, semakin kesini konten yang ia buat bersifat *flexing* atau yang biasa disebut pamer kekayaan. Dengan cepat konten *flexing* yang ia buat semakin menyebar luas dan viral. Tidak sedikit netizen yang awalnya berkomentar baik pada postingan – postingan Shella Shaukia menjadi sebaliknya, karena konten yang ia buat menimbulkan persepsi penontonnya menjadi berubah arah menjadi hilang respek. Tidak hanya pada Tik Tok saja ia disebut sebagai owner *flexing*, pada pemberitaan yang lain dan media sosial lain pun ia juga kerap di panggil panggil sebagai Ratu *flexing* karena unggahannya pada sosial media Tiktok yang menunjukkan gaya hedon serta pamer harta. Komentar – komentar netizen dalam kolom komentar Tiktok menjadi cermin persepsi publik terhadap gaya hidup konsumtif yang dipamerkan. Hal ini menunjukkan pentingnya analisis wacana terhadap ruang digital, dimana komentar – komentar bukan sekedar opini tetapi representasi nilai, normal dan resistensi sosial terhadap gaya hidup konsumtif. Analisis ini menggunakan pendekatan Teun A Van Dijk yang menekankan hubungan antara teks, kognisi sosial dan konteks sosial, menjadikannya relevan untuk menggali persepsi netizen terhadap Shellashaukia.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis wacana kritis, peneliti menganalisis lebih dalam mengenai makna pesan yang disampaikan oleh para penulis terhadap tulisan mereka pada kolom komentar akun @Shellashaukia. Dikutip dari buku Dr. H. Zuchri 2021 metode Kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mempelajari keadaan secara alamiah, dalam penelitian kualitatif pengumpulan data tidak didasarkan pada teori tetapi berdasarkan fakta yang ditemukan selama penelitian di lapangan. Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif berkembang sebagai respons terhadap perubahan paradigma dalam realitas, fenomena ataupun gejala (Ummah, 2019).

Subjek penelitian ini adalah Shellashaukia sedangkan Objek penelitian ini yakni wacana yang terdapat dalam komentar di akun Tiktok Shellashaukia. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dokumentasi serta observasi yang melibatkan pengamatan serta pencatatan terhadap hasil temuan yang diteliti, teknik pengumpulan, analisis ini menggunakan pendekatan Teun A Van Dijk yang menekankan hubungan antara teks, kognisi sosial, konteks sosial, menjadikannya relevan untuk menggali persepsi netizen terhadap Shellashaukia.

### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan struktur analisis teks wacana Van Dijk peneliti melakukan analisis teks yang terdiri dari beberapa struktur yaitu : Struktur Makro (Tematik), Superstruktur (Skematik), Struktur Mikro (Semantik, Sintaksis, Stilistik, Retoris) yang berupa tabel dibawah ini:



Gambar 4.2 Komentar pada tiktok Shellashaukia 2021

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZShEJxker/>

Tabel 4.2 Analisis Struktur Wacana Van Dijk Tema 1

No.	Struktur Wacana	Hal yang diamati	Elemen
1.	Struktur Makro	<p>Tematik :</p> <p>Kritik sosial terhadap perilaku konsumtif atau pamer dari pemilik akun Shellashaukia yang baru mengalami mobilitas ekonomi ke atas.</p>	<p>Topik :</p> <p>Fenomena sosial terkait perubahan kelas ekonomi dan dampaknya terhadap perilaku individu.</p>
2.	Superstruktur	<p>Skema :</p> <p>Kalimat ini tidak memiliki skematik karena bentuknya yang sangat singkat, namun secara tersirat, ia bagian dari sindiran sosial terhadap perubahan perilaku akibat mobilitas ekonomi.</p>	<p>Skema :</p> <p>Diskusi ini dilihat melalui komentar yang ada di akun Tiktok Shellashaukia.</p>
3.	Struktur Mikro	<p>Semantik :</p> <p>Dalam komentar ini bukan hanya menggambarkan status ekonomi seseorang saja, namun juga menyampaikan penilaian sosial negatif tentang cara individu tersebut mengekspresikan kekayaannya.</p>	<p>Latar detail :</p> <p>Komentar ini dapat dilihat seluruh masyarakat Indonesia, khususnya <i>followers</i> Shellashaukia.</p>
	Struktur Mikro	<p>Sintaksis :</p> <p>Bukan sebuah kalimat utuh, namun susunannya cukup untuk menyampaikan identifikasi sosial dan evaluasi tersirat. Yang sering di pahami secara otomatis oleh pembaca atau pendengar dalam konteks budaya Indonesia.</p>	<p>Bentuk kalimat :</p> <p>Dalam hal ini bisa disebut sebagai (Frasa nomina) bukan sebuah kalimat, karena sering di perlakukan seperti kalimat dalam wacana informal karena menyampaikan penilaian sosial secara langsung dan padat (terutama di media sosial atau percakapan).</p>
	Struktur Mikro	<p>Stilistik :</p> <p>Meskipun hanya terdiri dari tiga kata, frasa ini memanfaatkan sindiran dan konotasi sosial untuk menyampaikan kritik terhadap perubahan status sosial seseorang dengan</p>	<p>Gaya bahasa :</p> <p>Gaya bahasa pada frasa ini cukup singkat, tajam dan penuh makna sosial.</p>

		cara yang sangat efektif dan langsung sehingga dapat menarik perhatian dari beberapa orang yang membaca pada kolom komentarnya.	
	Struktur Mikro	<p>Retoris :</p> <p>Mengandung sindiran, stereotip sosial dan konotasi negatif untuk menciptakan dampak sosial dan psikologis yang kuat. Frasa ini sangat efektif secara retorik karena mampu menghasilkan penilaian cepat dan mengarahkan si pembaca komentar untuk memiliki rasa cemoohan atau ketidaksetujuan terhadap si pembuat postingan yang baru saja mengakses kekayaan.</p>	<p>Grafis,</p> <p>metafora,ekspresi :</p> <p>Tidak ada grafis namun terdapat metafora yang menggambarkan identitas sosial orang kaya baru = pamer/norak. Ekspresi biasanya bernada sinis atau meremehkan.</p>



Gambar 4.3 Komentar pada tiktok Shellashaukia 2020

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZShEREEmL/>

Tabel 4.3 Analisis Struktur Wacana Van Dijk Tema 2

No.	Struktur Wacana	Hal yang diamati	Elemen
1.	Struktur Makro	<p>Tematik :</p> <p>Kalimat ini adalah gabungan dari bahasa gaul dan ekspresi religius yang mencerminkan realitas sosial digital saat ini, kritik sosial ini dikemas dalam gaya bahasa informal tetapi tetap menyampaikan nilai</p>	<p>Topik :</p> <p>Suatu bentuk penilaian atau kritikan terhadap fenomena sosial <i>flexing</i> pada akun Shellashaukia.</p>

		– nilai budaya atau agama.	
2.	Suprastruktur	<p>Skema :</p> <p>Memiliki skema mini dengan diawali menyebut fenomena sosial (<i>flexing</i>), dilanjutkan dengan penegasan bahwa itu ekstrem (asli), lalu diakhiri dengan reaksi moral bernuansa religius (<i>astagfirullah</i>) yang secara keseluruhan menyampaikan kritik sosial dan nilai keagamaan secara ringkas dan retorik.</p>	<p>Skema :</p> <p>Diskusi ini dilihat melalui komentar yang ada di akun Tiktok Shellashaukia.</p>
3.	Struktur Mikro	<p>Semantik :</p> <p>Seseorang dianggap pamer kekayaan secara berlebihan sehingga memunculkan reaksi moral berupa penolakan sosial.</p>	<p>Latar detail :</p> <p>Komentar ini dapat dilihat seluruh masyarakat Indonesia, khususnya <i>followers</i> Shellashaukia.</p>
	Struktur Mikro	<p>Sintaksis :</p> <p>Urutan kata dan pemilihan struktur ini mencerminkan strategi wacana untuk menegaskan kritik sosial secara singkat namun mempunyai makna yang kuat dengan menyoroti perilaku tertentu (<i>flexing</i>), menekankan intensitasnya (asli), dan memberikan penilaian moral secara religius (<i>astagfirullah</i>).</p>	<p>Bentuk kalimat :</p> <p>Bentuk kalimat tidak lengkap namun maksudnya tetap dipahami, ini biasa terjadi di media sosial.</p>
	Struktur Mikro	<p>Stilistik :</p> <p>Memakai gaya bahasa yang singkat, ekspresif dan campuran antara gaul dan religius, gayanya menunjukkan penolakan atau sindiran terhadap perilaku pamer kekayaan, dengan sentuhan nilai moral yang kuat tetapi tetap terasa ringan dan biasa dijumpai di media sosial.</p>	<p>Gaya bahasa :</p> <p>Gaya bahasa yang campuran gaya gaul, sindiran atau sarkastik halus yang mudah dipahami si pembaca.</p>

	Struktur Mikro	Retoris :  Menggunakan retorika sindiran, ekspresi emosional serta religius untuk mengkritik perilaku pamer secara halus tetapi kuat. Ini memuat pesan terasa menyindir, menyentuh dan bermakna moral meskipun hanya dalam 3 kata saja.	Grafis,  metafora, ekspresi :  Metafora nya yakni (flexing) sebagai simbol perilaku negatif yang di kritik secara sosial.  Ekspresinya berupa emosi kaget, marah, penolakan religius tersampaikan secara singkat.
--	----------------	---	---

### Penutup

Penelitian ini mengungkap bahwa wacana (OKB) “Orang Kaya Baru” dalam komentar netizen terhadap akun tiktok Shellashaukia melalui tiga dimensi analisis Teun A Van Dijk.

#### 1. Teks

Makro: Komentar netizen didominasi kritik sosial terhadap perilaku flexing yang dianggap berlebihan dan sensitif secara sosial

Superstruktur: Wacana disusun secara sederhana namun efektif, sering dimulai dengan sindiran, penilaian motivasi dan ditutup dengan pesan moral atau refleksi religius.

Mikro: Komentar menggunakan bahasa pendek, informal, sarkastik dan metaforis. Kritik disampaikan melalui kalimat tidak utuh namun tetap komunikatif, dengan muatan moral dan sindiran kuat.

#### 2. Kognisi sosial

Netizen menunjukkan persepsi kolektif yang mencerminkan norma budaya dan nilai agama. Flexing oleh individu dengan mobilitas ekonomi baru dianggap melanggar etika dan norma sosial, mencerminkan representasi mental berbasis kepercayaan kolektif.

#### 3. Analisis sosial

Komentar – komentar tersebut memperlihatkan adanya ketegangan kelas dan resistensi terhadap gaya hidup hedonistik, netizen bertindak sebagai agen kontrol sosial yang menyeimbangkan dominasi simbolik selebritas. Hal ini mencerminkan berkembangnya ideologi keadilan dan kesetaraan dalam ruang digital.

### Daftar Pustaka

Goodstats.id. (2024). 10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar. <https://data.goodstats.id>

(M Insan Romadhan, 2021)

Dewi, R., Ishak, R. A., Rizkasari R, A. A., & Djakaria, M. R. (2023). Strategi Personal Branding Melalui Sosial Media Tiktok Melinda Rohita. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 118–130. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i2.168>

M Insan Romadhan, D. S. A. K. (2021). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat. *Prosiding Seminar Dan Call For Paper*, 2(1), 58–63.

Mayolaika, S., Effendy, V. V., Delvin, C., & Hanif, M. A. (2021). Pengaruh Kebebasan Berpendapat Di Sosial Media Terhadap Perubahan Etika Dan Norma Remaja Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(2), 826–836. <https://doi.org/10.31316/jk.v5i2.2083>

Mutiarani, U. P., Karimah, I. N., & Syarafa, Y. P. (2024). Etika Komunikasi dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(2). <https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i2.301>

Sulubere, B. S., Anjar, Y. A., & Nusuary, F. M. (2023). Agresivitas verbal pengguna media sosial instagram terhadap selebgram wanita. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 08(02). [www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP](http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP)

Ummah, M. S. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)