

Dramaturgi Mahasiswa Sosiologi Melalui Aplikasi TikTok

Sopian Tamrin¹, Idham Irwansyah², Arisnawawi³

¹²³Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar
sopiantamrin@unm.ac.id¹, idhamirwansyah@unm.ac.id², arisnawawi@unhas.ac.id³

ABSTRAK

Media sosial berperan sebagai platform untuk memamerkan eksistensi diri dalam masyarakat. Salah satu platform populer saat ini di Indonesia adalah TikTok. TikTok sangat diminati khususnya kalangan muda yang gemar mengekspresikan diri di media social. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati fenomena dramaturgi dalam konteks tujuh mahasiswa Program Studi Sosiologi di UNM melalui penggunaan aplikasi TikTok. Dramaturgi mengemukakan tentang perbedaan antara panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage). Sebagaimana Goffman, Peneliti memisahkan dua arena sosial sebagai setting yakni; front personal dalam panggung depan, dan dunia keseharian sebagai panggung belakang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi untuk menggambarkan dunia kehidupan (life world) melalui pengalaman keseharian di dunia layar. Peneliti observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data baik pada kegiatan media sosialnya sebagai panggung depan dan kesehariannya sebagai panggung belakang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketujuh mahasiswa melakukan impresif manajemen dalam memainkan panggung depan melalui media social tiktok. Impresif manajemen menunjukkan kemampuan mahasiswa dalam mengatur apa yang harus ditampilkan pada panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage). Ketujuh mahasiswa tersebut lebih ekspresif dipanggung depan melalui postingan di banding aktivitas langsung di lingkungan nyatanya.

Kata kunci: Media Sosial, Mahasiswa, Dramaturgi, Tikto

ABSTRACT

Social media serves as a platform for self-presentation in society. One of the popular platforms in Indonesia today is TikTok, particularly favored by young individuals who enjoy expressing themselves on social media. This research aims to observe the dramaturgical phenomenon within the context of seven Sociology students at UNM using the TikTok application. Dramaturgy posits the distinction between the front stage and the back stage. Like Goffman, the researcher separates two social arenas as settings: the front personal in the front stage and the everyday world as the back stage. This study employs a qualitative phenomenological approach to depict the life world through daily experiences in the digital realm. The researcher utilizes observation, interviews, and documentation as data collection techniques, both in their social media activities on the front stage and their everyday lives on the back stage. The findings of this research indicate that the seven students engage in impression management when performing on the front stage through the TikTok social media platform. Impression management demonstrates the students' ability to control what is presented on the front stage and the back stage. These seven students are more expressive on the front stage through their posts compared to their direct activities in their real-world environment.

Keywords: Social Media, Students, Dramaturgy, TikTok

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah membawa inovasi dalam dunia komunikasi, yang telah mengubah cara masyarakat terhubung satu sama lain. Sebagai contoh, smartphone yang telah terkoneksi dengan internet menjadi salah satu fenomena social yang signifikan. Kini, di era modern, internet tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai wadah hiburan yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesi (APJII, 2022) bahwa terdapat 210 juta jiwa dari total populasi 272,7 juta jiwa penduduk Indonesia yang

terkonekasi internet pada tahun 2021-2022. Angka tersebut jika dicermati memiliki kecenderungan peningkatan setiap tahunnya. Motivasi utamanya adalah agar bisa mengakses media sosial, kategori tersebut mencapai angka 98,02% (APJII, 2022).

Era digital yang berkembang pesat juga ditandai oleh proliferasi berbagai platform aplikasi media sosial dengan beragam fungsi, yang secara signifikan memfasilitasi komunikasi tanpa terbatas oleh batasan jarak dan waktu. Masyarakat memanfaatkan media sosial untuk berbagi dan pertukaran informasi, yang dapat mencakup berbagai jenis konten seperti teks, ucapan, ilustrasi, gambar, visual, dan audio.

Dari perspektif sosiologis, media sosial dapat dianggap sebagai alat yang memiliki potensi untuk menimbulkan ketergantungan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan individualisme. Pengguna seringkali merasa perlu untuk terus memelihara citra diri yang mereka bangun di media sosial, yang dapat mengarah pada peningkatan individualisme dan pemisahan diri dari kehidupan sosial nyata (Turkle, 2011). Dalam konteks kehidupan sosial, aktivitas-aktivitas semacam ini sering kali dapat menjauhkan individu dari interaksi sosial di kehidupan nyata. Oleh karena itu, kemajuan teknologi telah memberikan dampak yang signifikan pada perubahan sosial di kalangan pengguna media sosial.

Media sosial menawarkan sebuah kehidupan yang tidak bertepi. Artinya, media sosial mempermudah individu untuk unjuk diri kapan dan dimanapun ia kehendaki. Sebagaimana yang ditegaskan Lipton (2015) bahwa teknologi digital seperti media sosial yang beredar di masyarakat telah mengambil peran penting dalam menciptakan sebuah struktur sosial yang baru, ekonomi global, dan budaya interaksi secara virtual (new virtual culture).

Fitur-fitur yang terdapat dalam media sosial memberikan peluang bagi individu untuk menggambarkan citra diri mereka melalui penggunaan simbol-simbol, seperti gambar. Deretan gambar yang diunggah dari berbagai tempat dan waktu membentuk narasi atas peristiwa yang telah terjadi. Dunia digital terus berkembang, menghasilkan inovasi yang semakin menarik minat banyak individu untuk terlibat dalam aktivitas di ranah virtual.

Media sosial juga memberikan fasilitas kepada pengguna untuk berekspresi dengan bebas. Upaya untuk mempresentasikan diri, menciptakan citra yang diinginkan agar dapat dikenal dan diakui oleh orang lain, seringkali dilakukan melalui berbagi cerita melalui fitur yang telah disediakan. Keinginan untuk tetap relevan dalam media sosial tercermin dalam pengunggahan aktivitas sehari-hari, baik dalam bentuk foto maupun video, yang sering disebut sebagai pembuatan konten di platform tersebut.

TikTok telah menjadi platform media sosial yang sangat digemari oleh Generasi Z untuk berbagai bentuk ekspresi diri. Platform media sosial ini menyediakan berbagai fitur menarik untuk berbagi video dan gambar dengan penggunaan audio. TikTok pertama kali muncul pada awal tahun 2016, dan pada akhir tahun 2019, platform ini telah mencapai tingkat popularitas yang luar biasa, dengan jumlah pengguna aktif mencapai 500 juta di seluruh dunia.

TikTok telah menjadi aplikasi yang paling populer dan diminati oleh masyarakat dari berbagai penjuru dunia. Aplikasi video pendek ini berhasil menarik perhatian beragam

kalangan, khususnya kalangan muda, yang sering disebut sebagai Generasi Z. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh We Are Social (2022) TikTok memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan yang berusia di atas 18 tahun secara global pada kuartal pertama tahun 2022. Ketika dilihat dari tingkat negara, Indonesia menempati peringkat kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebanyak 99,1 juta orang, yang menghabiskan rata-rata 23,1 jam per bulan di platform tersebut.

Hasil survei oleh APJII juga mengungkapkan bahwa, berdasarkan pekerjaan, mahasiswa memiliki tingkat penetrasi penggunaan internet tertinggi, mencapai 99,26%. Mahasiswa yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 umumnya diidentifikasi sebagai Generasi Z (Rosariana, 2021). Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang sangat mahir dalam penggunaan smartphone, sehingga mereka menjadi fokus dan subjek penelitian yang relevan. Pilihan untuk melakukan penelitian ini di lingkungan kampus didasarkan pada prevalensi penggunaan aplikasi TikTok di kalangan mahasiswa.

TikTok secara dominan dikuasai oleh Generasi Z, terutama mahasiswa, menjadi kelompok yang paling aktif dalam pembuatan konten di media sosial. Mereka merasa perlu untuk mengekspresikan diri, menciptakan citra yang diinginkan, dan mendapatkan perhatian dari pengikut mereka (Twenge, 2017). Mahasiswa menjadi kelompok yang aktif menciptakan konten menarik yang bervariasi, mulai dari dokumentasi aktivitas sehari-hari, pidato motivasi, komentar satir terhadap berbagai situasi, partisipasi dalam tren tarian, tutorial makeup, dan masih banyak lagi.

Ini telah menjadi norma baru di kalangan kaum muda saat ini, yang menikmati membagikan kehidupan mereka di media sosial dan secara tidak langsung membentuk identitas online mereka untuk mendapatkan perhatian dari pemirsa dan pengikut, seringkali melalui likes dan komentar yang menarik. Menurut Urick (2014) bahwa generasi yang berbeda memiliki gaya presentasi diri yang berbeda.

Media sosial menjadi representasi paling awal terhadap seseorang. Representasi tersebut menggambarkan kehidupannya. Membangun sebuah branding untuk diri sendiri agar dapat diakui keberadaannya. Dalam media sosial juga impression management bisa dengan mudah dilakukan. Pencitraan yang ditampilkan di media sosial yang tidak selalu menggambarkan pribadi orang tersebut (Salsabila & Tahlitha, 2016; Tamrin et al., 2022).

Adapun penelitian sebelumnya (Putri, 2016) dengan judul Foto Diri, Representasi Identitas dan Masyarakat Tontonan di Media Sosial Instagram melalui kajian etnografi visual. Penelitian ini menjelaskan bagaimana foto diri dimaknai sebagai realitas sosial, namun pada satu sisi lainnya memiliki simbol-simbol berwujud visual yang mampu membentuk representasi apa yang ingin disampaikan. Selain itu, Tashmin (2016) meneliti bagaimana seni kesan manajemen di facebook.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Junita (2017) menggunakan konsep Hasrat oleh Jacques Lacan dan Guy Debord tentang masyarakat tontonan (society of the spectacle). Hasil penelitian tersebut menemukan pergeseran minat Mapala sebagai pecinta alam yang berfokus pada representasi diri di media sosial. Ketertarikan Mapala menjadi pencinta lingkungan adalah sesuatu yang dilihat dan dirasakan banyak orang. Namun, citra

diri sebagai seorang pencinta lingkungan sebenarnya tidak muncul, melainkan hanya citra diri sebagai seorang naturalis. Mereka bergeser menjadi fantasi dikagumi oleh pihak lain, menunjukkan sisi narsis dan menjauhkan diri dari masyarakat.

Penelitian ini berawal dari pengamatan terhadap sejumlah mahasiswa Program Studi Sosiologi yang aktif dalam berbagai postingan di media sosial. Konten yang dihasilkan oleh mereka beragam, mulai dari dokumentasi aktivitas harian, partisipasi dalam tren tarian, pembuatan template video, komentar satir atau motivasi yang berkaitan dengan keadaan orang lain, hingga tutorial makeup. Peneliti mencatat bahwa beberapa dari teman-teman yang aktif sebagai pembuat konten di TikTok tampak lebih percaya diri ketika mereka membuat video dan mengunggahnya di platform tersebut, terutama bagi mereka yang pada kesehariannya mungkin memiliki kepribadian yang cenderung pendiam dan sulit bergaul dengan teman-teman. Selain itu, fenomena ini juga menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dapat menghabiskan banyak waktu, mengakibatkan beberapa mahasiswa mengabaikan tugas-tugas akademis mereka dan persiapan untuk masa depan.

Mengacu pada gambaran di atas, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi fenomena dramaturgi yang dialami oleh tujuh mahasiswa Program Studi Sosiologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (FIS-H) Universitas Negeri Makassar (UNM) pada aplikasi TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan antara panggung depan, yang mencakup kehidupan mereka dalam dunia TikTok yang melibatkan impression management dan presentasi diri, dan panggung belakang, yaitu kehidupan sehari-hari mereka di luar aplikasi tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggambarkan dramaturgi Mahasiswa Sosiologi Universitas Negeri Makassar (selanjutnya ditulis: UNM) pada Aplikasi TikTok. Wawancara dilakukan untuk mengamati perilaku mereka baik di atas panggung maupun di bawah panggung, informan yang memiliki panggung depan dan panggung belakang.

Metode penelitian dimulai dengan observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan, yaitu dualitas panggung depan dan belakang pada mahasiswa Sosiologi yang aktif di TikTok. Kemudian, peneliti melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan. Data yang terkumpul diuji kredibilitasnya sebelum dianalisis. Jenis data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap mahasiswa yang memiliki akun TikTok. Informan dipilih secara sengaja dengan mempertimbangkan kriteria yang relevan dengan fokus perilaku dramaturgi di media social tiktok.

Kriteria informan meliputi: Pertama, Mahasiswa program studi Sosiologi UNM angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 yang masih aktif dalam kegiatan perkuliahan. Kedua, Memiliki akun TikTok dan terlibat sebagai penonton atau pembuat konten. Ketiga, Bersedia menjadi informan dalam penelitian ini sesuai permintaan peneliti.

Pengecekan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Jenis triangulasi yang

akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Pattorn 1987 mengemukakan bahwa triangulasi sumber memiliki arti membandingkan dan memeriksa kembali tingkat keandalan informasi yang diperoleh dari waktu yang berbeda dan dalam penelitian kualitatif. (Moleong, 2018).

Bogdan dan Biklen 1982 menyatakan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya untuk mengatur, memilih dan mengkategorikan data ke dalam unit-unit yang dapat dikelola dan untuk mencari dan menemukan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat dicertakan kepada orang lain (Moleong, 2018). Prosedur analisis data pada penelitian ini adalah: Reduksi, Penyajian dan Penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Panggung Depan

Panggung depan adalah keadaan di depan layar yang sengaja diperlihatkan oleh seorang aktor di ruang publik. Pada panggung ini, terdapat setting dan front personal yang dimiliki oleh seorang aktor, dukungan dan gaya penampilan yang diperankannya. Dalam menunjukkan sisi depan panggungnya, tujuh mahasiswa Sosiologi UNM yang menggunakan TikTok sebagai seorang konten creator mengekspresikan dirinya dalam berbagai cara, yaitu:

a. Keterangan Foto/Video (Caption & Quotes)

Menurut observasi yang dilakukan peneliti bahwa terdapat beberapa karakteristik dari tujuh mahasiswa Sosiologi yang membuat konten di TikTok. Keterangan pada Foto/Video merupakan salah satu cara untuk beberapa mahasiswa mengekspresikan dirinya, terkadang menuliskan apa yang sedang dialami atau dapat dikatakan yang sedang terjadi yang mungkin relate (memiliki pengalaman yang sama) dengan quotes/caption yang dibuat baik itu bijak maupun galau pada kontennya,

Seperti informan pertama yakni Syamsuar, mahasiswa semester 3 yang merupakan mahasiswa Sosiologi dengan umur 19 tahun, mencerminkan dirinya yang menyukai/biasanya menggunakan Bahasa Indonesia dalam setiap caption kontennya. Dalam wawancara yang dilakukan peneliti, ia mengungkapkan apa saja kegiatan di Tiktok dan bagaimana gaya Bahasa yang digunakan saat menuliskan caption pada konten

“Random ki saya yang ku posting di TikTok, kadang jalan- jalan, kadang quotes, kadang juga itu yang lagi trend. Kalau caption pakai Bahasa familiar, yang Bahasa anak-anak sekarang, yang lebih ke singkat-singkat, padat ki kata- katanya”
(Wawancara dengan Syamsuar, 01 November 2022).

Peneliti juga mempertanyakan mengenai apakah ada perbedaan gaya bicara, bahasa, berpakaian atau ekspresi wajah di setiap konten TikTiknya.

“Ditaumi kalau Makassar di’, kalau Makassar bahasanya itu kadang campur-campur ki Bahasa Daerah sama Bahasa Indo. Tapi kalau di TikTok itu kan seluruh orang yang lihat jadi mungkin berbahasa Indonesia yang nda baku tapi

dapat dimengerti oleh semua orang” (Wawancara dengan Syamsuar, 01 November 2022).

Menurut Syamsuar, kegiatan yang dilakukan saat membuat konten di TikTok adalah random, yang dimaksud adalah Syamsuar secara acak mengisi kontennya dengan kegiatan jalan-jalan, yang sedang *trend*, juga membuat *quotes*. Dalam penulisan *quotes* ataupun *caption*, Syamsuar menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami, juga karena TikTok bukan hanya dari Makassar, ada banyak daerah lain. Jadi Syamsuar lebih memilih menggunakan Bahasa Indonesia namun tidak baku tetapi dapat dimengerti oleh semua orang.

Hal serupa juga dilakukan oleh informan selanjutnya yaitu, Andi Nur Azizah Ismirayanti, mahasiswa semester 3 yang merupakan mahasiswa Sosiologi dengan umur 19 tahun. Ia sangat berhati-hati memilih kata-kata dalam *caption* agar dapat membangun kesan baik terhadap penonton.

“Kalau dari *caption* yang saya buat kayak ji Aswar. Gaya Bahasa pasti ada, karena kalau di TikTok kayak lebih berhati-hati ka mau bicara kayak jaga image toh,” (Wawancara dengan Azizah, 01 November 2022).

Informan selanjutnya yakni, Muh Raihan Ramadhan mahasiswa semester 3 yang merupakan mahasiswa Sosiologi dengan umur 19 tahun. Ia memanfaatkan TikTok sebagai ajang pelampiasan dan pelarian jika perasaannya sedang berkecamuk. Tidak jarang ia menggunakan kata-kata galau hanya sekedar ingin memperlihatkan suasana hatinya.

“Biasa kalau galau ka, bikin ka konten di TikTok, pakai kata- kata galau hahaha” (Wawancara dengan Raihan, 01 November 2022).

b. Penggunaan Username yang Unik

Username difungsikan sebagai langkah awal pada saat masuk di TikTok. *Username* dapat memudahkan orang-orang untuk mencari pengguna lainnya dan juga berfungsi sebagai alat pengenalan. Terdapat beberapa mahasiswa Sosiologi dalam pemilihan username yang tidak sesuai dengan namanya, bahkan tidak ada sangkut pautnya dengan nama asli.

Fenomena menggunakan *username* dengan nama unik sudah sangat banyak terjadi di beberapa sosial media seperti TikTok, Instagram, Twitter. Terkadang juga seseorang memakai username yang unik agar teman-teman atau orang disekitarnya tidak dapat dengan mudah mendapat akunnya. Seperti informan Heriyanto Syarif, mahasiswa semester tujuh yang merupakan mahasiswa Sosiologi dengan umur 20 tahun, menggunakan username yang cukup unik yaitu, @12wolf_.

Dalam akun ini Heri mengunggah konten yang sedang ramai orang-orang buat, namun lebih sering menggunakan template jedag jedug (seperti dentuman musik *remix*) dan video yang menunjukkan *outfit of the day* (pakaian yang sedang dipakai).

“Biasanya ikut *trend* ji apa yang lagi ramai orang-orang buat biasa ka juga buat tapi sekarang lebih ke jedag-jedug sama yang video tunjukkan *ootd*” (Wawancara dengan Heri, 31 Oktober 2022).

Beralih ke informan selanjutnya yaitu, Elmalia mahasiswa semester tujuh yang

merupakan mahasiswa Sosiologi dengan umur 20 tahun. Dalam akun miliknya yaitu, @bulat.banget ia menuangkan kreatifitasnya melalui konten make upnya sebagai hobi. Juga diselingi membuat konten *lipsync* (sinkronisasi bibir/mengikuti suara orang lain), mengikuti trend seperti salah satunya dance.

“Awalnya saya suka kayak lipsync lagu atau soundnya orang, tapi berjalannya waktu saya suka konten make up, terus mengikuti trend-trend TikTok saja, misal ada dance- dance yang lagi trend itu saya ikuti” (Wawancara dengan Elmalia, 31 Oktober 2022)

Hal demikian sama dengan 3 informan selanjutnya yaitu, Andi Nur Azizah Ismirayanti, Amanda Sagita Putri dan, Muh Raihan Ramadhan, mahasiswa semester 3 yang merupakan mahasiswa Sosiologi dengan umur 19 tahun. 2 diantaranya memiliki akun dengan penggalan username seperti pada gambar (informan meminta username disamarkan), dan Raihan dengan username @urboyfr3n

Ketiganya juga memiliki ketertarikan yang sama yaitu membuat konten *dance*/joget-joget serta sering menggunakan template jedag jedug (seperti dentuman musik remix). Raihan yang juga sebelumnya mengatakan bahwa terkadang membuat konten galau.

“Kalau bikinka konten TikTok ku bikin ki dulu beberapa kali, baru sudah itu kalau kurasa oh cukupmi ini, kupilihmi. Biasa take (mengambil video) ku paling banyakmi 10 kali. Biasa ada 2 yang ku upload dengan gerakan yang sama, ku cariki yang mana FYP, disitumi kalau ada FYP satu, ku hapusmi yang lainnya, begitu cara mainnya” (Wawancara dengan Raihan, 01 November 2022).

c. Menjadikan TikTok sebagai Tempat Lebih Berekspresi

TikTok memiliki kesamaan dengan sosial media lainnya, dimana pengguna dapat memposting sesuatu baik dalam bentuk foto maupun video. Terdapat fitur FYP (*For Your Page*) pada aplikasi TikTok, fitur yang akan muncul pertama kali saat membuka aplikasi TikTok, hal inilah yang membuat Tiktok memiliki cakupan lebih luas, dapat dilihat oleh orang banyak.

Adanya kemungkinan akan FYP sehingga dalam membuat konten tentu diperlukan yang namanya kesiapan/mempersiapkan apa-apa saja yang dibutuhkan dalam konten yang akan dibuat.

“Mauka orang liat bagaimana cara berpakaianku siapa tau bisa jadi inspirasi orang-orang dan kalau filter tergantung ji juga, kalau memang pencahayaannya memadai kadang tidak pakai” (Wawancara dengan Heriyanto, 31 Oktober 2022).

Menurut Heriyanto, apa yang ingin ia tampilkan/perlihatkan di konten TikToknya adalah bagaimana cara berpakaianya. Hal yang sama terjadi pada informan Syamsuar, tidak ingin menampilkan dirinya yang berantakan dalam kontennya sehingga hal yang dipersiapkan terlebih dahulu adalah dengan memakai baju yang menurutnya bagus serta senantiasa memperbaiki rambutnya.

Informan selanjutnya juga memiliki sedikit kesamaan yaitu dengan cara berpakaian,

namun dengan tambahan Amanda mengakui bahwa beberapa kontennya tidak memakai hijab. Informan Azizah mengatakan adanya persiapan, seperti make up terlebih dahulu, dan mencari pakaian yang bagus dan rapih sebelum tampil.

“Saya persiapkan, contoh kayak saya itu kalau mau bikin TikTok pasti kayak make up ka, cari pakaian yang bagus” (Wawancara dengan Azizah, 01 November 2022).

Kemudian peneliti beralih kepada Melia Sary Bin Marteen mahasiswa semester tujuh yang merupakan mahasiswa Sosiologi dengan umur 22 tahun, peneliti juga menanyakan hal yang sama yaitu apa saja yang disiapkan saat buat konten di TikTok.

“Menurutku memperbaiki gaya rambut maupun menggunakan filter itu sesuatu yang bisa saja dilihat semua orang biar orang nda dikenal. Nda mungkin mauka tampil acak-acakan dan dilihat banyak orang. Kalau depan kamera pake ka filter jadi mukaku yang kadang breakout (keadaan wajah mengalami iritasi dan berjerawat) yang jadi mulus banget dan nda ada kurasa gugup sama sekali pokoknya pd (percaya diri) banget ka hahaha” (Wawancara dengan Melia, 29 Oktober 2022)

Peneliti juga menanyakan apakah merasa lebih bebas dan nyaman saat mengekspresikan diri melalui konten video, peneliti mengambil jawaban dari Elmalia.

“Kalau di TikTok saya lebih ekspresif ka. Kalau realitanya nda begitu terlalu saya nampakkan, terus kalau sehari-hari tidak make up ka seperti di kontenku. Saya tidak banyak goyang kek di TikTok” (Wawancara dengan Elmalia, 31 Oktober 2022).

Informan selanjutnya yaitu Raihan juga merasa lebih bebas saat mengekspresikan diri melalui konten videonya.

“Lebih bebas, karena menurutku kayak kan komen- komentarnya tertulis ji tidak langsung ki didengar begitu, jadi sudahmi, urusanmu mi itu kalau mauka begitu karena ku acuhkanji. Tapi seumpama kalau ku pikir di kehidupan nyata agak maluka mengekspresikan diri karena sekarang nda siap pa untuk dengar ki komentar-komentarnya orang-orang secara langsung. Kayak pas ka lakukan sesuatu baru langsung dikomen nda kusuka sekali, kecuali kalau komenki di TikTok tidak ku anuji karena nda didengar langsung ji” (Wawancara dengan Raihan, 01 November 2022)

Seperti informan Andi Nur Azizah Ismirayanti yang mengatakan bahwa lebih nyaman saat mengekspresikan perasaannya lewat konten TikTok.

“Lebih nyaman ka karena semisal kalau lagi sedih ka, terkadang saya tidak tau mau cerita dimana, akhirnya buatka konten yang nangis, jadi lebih berekspresi dan bebas ja kurasa” (Wawancara dengan Azizah, 01 November 2022).

Panggung Belakang

Panggung belakang atau *back stage* merupakan sisi kehidupan sebenarnya dari seseorang atau keaslian dirinya. Dengan berada di *back stage*, informan akan bersikap apa adanya dan tidak memperdulikan kesan yang selama ini yang mereka bangun atau ditampilkan di akun media sosialnya. Penelitian ini menyasar kepada orang-orang terdekat informan yang melihat dan memahami kegiatan keseharian dari informan.

Taris Auliya Anas, merupakan mahasiswa semester tujuh dan sekaligus menjadi

ketua tingkat kelas B angkatan 2019. Mahasiswa Sosiologi yang umurnya telah menginjak 20 tahun ini, menjadi informan pendukung dari Elmalia dan Melia Sary Bin Marteen. Menurutnya, Elma merupakan orang yang tidak ribut maupun orang yang pendiam, sedangkan Melia orangnya lumayan pendiam.

“Kalau Elma, menurutku tidak terlalu. Cuma memang untuk saya yang taunya Elma di kelas bema jadi cukup kagetja bilang Elma bakalan bikin konten di TikTok juga. Kayak nda pernah ku duga kalo Elma bikin TikTok karena tipikalnya yang kalem. Nah, kalo Melia, karena setauku dia pendiam, pas liat konten TikToknya itu kayak liatka Melia yang berbeda. Kayak bukanki Melia yang ku kenal kalo kuliati di TikTok. Karena kan Melia yang kutau pendiam, tapi ternyata cukup aktif ki bikin konten TikTok yang na kasi liatki sisi lainnya Melia” (Wawancara dengan Taris, 30 Oktober 2022).

Informan pendukung selanjutnya adalah Nur Widya Akhsari. T yang juga mahasiswa Sosiologi semester tujuh, seangkatan dan seumuran dengan informan sebelumnya. Ia merupakan orang terdekat dari Heriyanto Syarif. Widya sudah sempat melihat dan mengikuti konten-konten milik Heriyanto di TikTok sebelum akhirnya menghapus aplikasi TikToknya karena kapasitas Hp yang sudah rendah.

“Heri sebenarnya cerdas dalam segala situasi, kalau karakter Heri di lingkungan pertemanan itu dikenal rapa-rapa (buru-buru/lincah) sekali, tegas, sama mudah ji luluh. Kalau perbedaan jelas ada, dalam yang ia buat tentu Heri meminimalisir sifat-sifat mencoloknya, artinya dalam konten Heri terlihat sebagai orang pendiam” (Wawancara dengan Widya, 31 Oktober 2022).

Andi Nur Azizah Ismirayanti menjadi informan pendukung untuk Syamsuar, mengatakan bahwa adanya perbedaan yang dimana dalam konten Syamsuar lebih terlihat pendiam dibandingkan aslinya yang rusuh, asik dan heboh. Hal yang sama dengan Syamsuar yang menjadi informan pendukung Azizah, mengatakan bahwa dalam konten Azizah lebih kalem dan sangat menjaga image, lebih elegant, berbeda dengan aslinya yang heboh.

Selanjutnya Alifia Nur Afani mahasiswa semester 3 yang merupakan mahasiswa Sosiologi dengan umur 19 tahun, merupakan orang terdekat Raihan, beranggapan:

“Aslinya itu percaya diri, kajili-jili, nda malu-malu aslinya, malu-malu ji iya tapi nda kelihatan ki, tapi kalau awal-awal malu-malu ji iya. Kalau di TikTok lebih malu-maluki, kan, jaga image ki toh, lebih cool (tampilan dan ekspresi wajah) begitu. Ada satu kontennya FYP 2 juta viewersnya na pamer terus bilang seleb TikTok ka” (Wawancara dengan Alifia, 01 November 2022).

Pada informan selanjutnya yakni Muh Raihan Ramadhan, menjadi informan pendukung untuk Amanda Sagita Putri. Menurut Raihan, Manda memiliki kesamaan dengan Azizah dan Heri yaitu dengan sifat aslinya yang rusuh namun lebih jaga image saat tampil dengan kontennya.

Fenomena dramaturgi seringkali dilakukan oleh tujuh mahasiswa Sosiologi UNM pada media sosialnya. Jenis media sosial yang digandrungi oleh para mahasiswa dan menjadi arena dramaturgi ialah TikTok. Tujuh mahasiswa ini mempunyai kebebasan

sepenuhnya dalam membangun kesan dan mencitrakan dirinya kepada audiens (penonton) baik itu followers atau bukan. Penelitian ini berfokus pada perilaku mahasiswa yang memiliki fenomena dramaturgi yang mempresentasikan diri dan menunjukkan pengelolaan kesannya yang tidak sama antara panggung depan (*front stage*) dengan panggung belakang (*back stage*).

Dari uraian di atas, diketahui terdapat tiga jenis cara tujuh mahasiswa Sosiologi mengekspresikan dirinya di TikTok dalam panggung depannya. Beberapa mahasiswa ada yang ingin menampilkan pengelolaan kesannya pada orang-orang, dan beberapa mahasiswa lagi ada yang ingin mempresentasikan dirinya.

Penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara perilaku pengguna media sosial di panggung depan (di media sosial) dan panggung belakang (di kehidupan sehari-hari). Sebagaimana pandangan Goffman (1959) bahwa individu cenderung lebih aktif dalam mengelola presentasi diri dan impresi yang mereka tampilkan di media sosial. Pandangan Goffman berupaya mengeksplorasi semua jenis perilaku interaktif yang kita lakukan dalam pertunjukan sehari-hari yang disajikan kepada kita dengan cara yang sama seperti aktor mewakili karakter orang lain dalam pertunjukan drama. Di dalam dramaturgi, interaksi sosial dimaknai seperti pertontongan teatrikal. Manusia merupakan aktor yang berupaya menyampaikan sifat dan tujuan pribadinya kepada orang lain dengan “memerankan naskah mereka”. Sebagaimana sebuah pertunjukan drama/teater, dalam teori dramaturgi ini, Erving Goffman membagi teorinya dengan dua panggung, yaitu panggung depan dan juga panggung belakang (Ritzer, 2012).

Goffman menjelaskan lebih lanjut panggung depan bahwa terdapat bagian depan latar (*setting front*) dan depan pribadi (*front personal*) (Szatkowski, 2019). Depan latar mengacu pada tempat atau situasi yang biasanya harus ada jika para aktor hendak bersandiwara. Goffman kemudian memecah bagian depan pribadi menjadi penampilan dan sikap. Penampilan yang dimaksud adalah unsur-unsur yang memberi tahu kita tentang status para pelakunya. Sikap menceritakan kepada audiens jenis peran yang diharapkan dimainkan pemain sandiwara di dalam situasi tersebut.

Tindakan seseorang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya dapat disebut dengan panggung belakang (*back stage*). Mencerminkan keaslian seseorang/aktor (Rahardjo, 2010). Panggung belakang juga dapat disebut sebagai tempat menyembunyikan identitas pribadinya atau sisi lain dari dirinya. Konsep dramaturgi membantu kita memahami bagaimana individu memainkan peran, mengelola kesan, dan berinteraksi dalam berbagai konteks sosial (Gronbeck, 1980).

Pada panggung depan, dalam teori dramaturgi, dapat dilihat melalui dua elemen yaitu pengelolaan kesan atau impression management serta presentasi diri. Melalui pengelolaan kesan, individu harus dapat mengendalikan presentasi dirinya untuk membangkitkan reaksi khalayak terhadap presentasi yang disajikan. Tidak salah jika Picone (2015) menegaskan bahwa dramaturgi adalah sebuah metafora yang sangat baik untuk menjelaskan realitas online kita.

Hal tersebut yang juga dilakukan oleh tujuh mahasiswa Sosiologi UNM, berusaha melakukan impression management pada audiens maupun followersnya di TikTok.

Mahasiswa melakukan presentasi diri melalui sosial media agar orang lain melihat dirinya sesuai dengan apa yang dipresentasikannya.

Presentasi diri di kalangan mahasiswa pada aplikasi TikTok terjadi karena inginnya membuat identitas baru yang berbeda dengan kehidupan yang terjadi di belakang layar. Pengelolaan kesan (*Impression management*), yaitu cara yang digunakan oleh mahasiswa untuk menanamkan kesan kepada para penonton untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa panggung belakang tujuh mahasiswa Sosiologi UNM berbeda dengan apa yang ditampilkannya di depan panggung. Terdapat dua mahasiswa yang terlihat atraktif (panggung depan), namun aslinya (panggung belakang) lebih kalem dan pendiam. Dan lima mahasiswa yang lebih menjaga kelakuannya dan lebih menampilkan sisi kalem (panggung depan), namun aslinya ribut dan lebih atraktif. Tujuh mahasiswa ini melakukan berbagai hal demi menunjang penampilannya di depan panggung. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Goffman tentang panggung belakang (*backstage*), yaitu tempat para aktor mempersiapkan diri untuk menyempurnakan peran yang akan mereka mainkan di latar depan.

Mahasiswa rela mengambil banyak waktunya untuk mempersiapkan segala sesuatunya seperti *make up*, mencari baju yang pas, menata rambut, memilih filter, mengulang video lalu membuat video kembali untuk mencari yang terbaik, mengedit video konten mereka sebelum di unggah. Hal ini dilakukan mahasiswa demi mendukung peran yang dimainkannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Erving Goffman yang menyatakan bahwa tujuan presentasi adalah untuk menerapkan manajemen kesan (Edgley, 2016). Manajemen kesan adalah membangun kesan di benak penonton sesuai dengan peran yang dihadirkan aktor di panggung depan. Mahasiswa ingin menciptakan kesan terhadap orang lain sesuai dengan image yang dibangunnya melalui dunia maya.

Seperti yang dilakukan oleh salah satu mahasiswa yang mengunggah konten video secara double (mengunggah video yang sama berkali-kali) hal ini untuk mencari yang dapat FYP berusaha untuk kontennya dapat dilihat oleh banyak orang, namun pada kenyataannya mahasiswa tersebut tidak ingin menjadi pusat perhatian pada kehidupan realitanya seperti yang dicitrakannya di TikTok.

PENUTUP

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa Panggung depan diidentifikasi sebagai ruang di mana tujuh mahasiswa Program Studi Sosiologi berperan dan mempresentasikan diri mereka saat beraktivitas di TikTok, dengan tujuan untuk menciptakan kesan yang diinginkan pada penonton mereka. Di balik panggung, yang tidak dapat diakses oleh penonton atau masyarakat umum, terletak identitas asli mereka yang tersembunyi dari pandangan publik. Pada panggung depan TikTok, tujuh mahasiswa Sosiologi aktif melakukan strategi presentasi diri. Mereka merancang impresi kesan yang ingin disampaikan, mulai dari pemilihan pakaian, penggunaan kutipan yang dipilih, penggunaan bahasa yang sopan, penggunaan *makeup* atau filter untuk mengatasi rasa ketidakamanan diri, hingga pengambilan berulang kali dalam menciptakan konten yang sempurna. Penting untuk dicatat bahwa setiap mahasiswa memiliki perbedaan dalam bentuk

presentasi diri yang ingin mereka tampilkan.

Beberapa di antara mereka berusaha untuk terlihat rapi, memiliki sikap yang lebih tenang, dan menunjukkan kesopanan dalam konten mereka. Sementara itu, yang lain berupaya untuk mempresentasikan diri sebagai individu yang menarik, ramah, dan mudah didekati oleh audiens mereka. Namun, di balik panggung depan, masing-masing dari mereka menyimpan kehidupan riil yang hanya dikenal oleh orang-orang terdekat mereka. Beberapa informan memilih untuk mempertahankan citra positif dalam pembuatan konten mereka dengan menggunakan bahasa yang lebih cermat daripada yang biasa mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sementara yang lain, meskipun tampak atraktif dalam konten yang mereka buat, menghadapi rasa kurang percaya diri di kehidupan nyata mereka. Temuan ini mencerminkan adanya perbedaan nyata antara panggung depan media sosial dan kehidupan sehari-hari yang dialami oleh informan. Fenomena ini mengungkapkan bagaimana teori dramaturgi Goffman dapat menggambarkan perbedaan antara identitas yang diproyeksikan dalam media sosial dan identitas sejati yang ada di balik layar.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2022). *Survei Penetrasi dan Perilaku Penggunaan Internet*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- Edgley, C. (Ed. . (2016). *The drama of social life: A dramaturgical handbook*. Routledge.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday.
- Gronbeck, B. E. (1980). Dramaturgical theory and criticism: The state of the art (or science?). *Western Journal of Speech Communication*, 44(4), 315–330.
- Junita, A. (2017). *Membongkar Hasrat Mapala melalui Representasi dalam Media Sosial*. Universitas Gadjah Mada.
- Lipton, D. (2015). *Digital Sociology*. Routledge.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Picone, I. (2015). Impression Management In Social Media. *He International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, 36, 469–476.
- Putri, E. (2016). Foto diri, representasi identitas dan masyarakat tontonan di media sosial Instagram. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 80–97.
- Rahardjo, M. (2010). *Panggung Depan, Belakang, dan Luar*. UIN.
- Ritzer, G. (2012). *Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Pustaka Pelajar.
- Rosariana, B. (2021). *Generasi “Milenial” Dan Generasi “Kolonial.”* Kemenkeu. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html>
- Salsabila, H., & Tahlitha, R. (2016). *Impression Management Mahasiswa dalam Media Sosial*. UNIABA.
- Szatkowski, J. (2019). *A theory of dramaturgy*. Routledge.
- Tamrin, S., Idrus, I. I., Najamuddin, N., Amandaria, R., & Arisnawawi. (2022). Lifestyle Resistance of the Bajo Tribe in Fcing of Stigma. *Proceedings of International Conference Sociology*, 228–241.
- Tashmin, N. (2016). Art Of Impression Management On Social Media. *World Scientific*

- News*, 30, 89–92.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy--and completely unprepared for adulthood--and what that means for the rest of us*. Simon and Schuster.
- Urick, M. J. (2014). The presentation of self: Dramaturgical theory and generations in organizations. *Journal of Intergenerational Relationships*, 12(4), 398–412.
- We Are Social. (2022). *Another Year Of Bumper Growth*. Wearesocial. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>