

*IMPRESSION MANAGEMENT PENGGUNA APLIKASI TIK TOK (ANALISIS
DRAMATURGI ERVING GOFFMAN BAGI SISWA SMA/SMK DI KECAMATAN
AMBULU)*

Riza Ayu Shofiana, Dr Juariyah., M.Si.

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas

Muhammadiyah Jember

Jl. Karimata no. 49 Jember

E-Mail: rizaayushofiana@gmail.com

ABSTRACT

This thesis discusses impression impression management or management of application users Tik Tok by using dramaturgical analysis of Erving Goffman for high school / vocational school in the District Ambulu, 2018. Where as the rapid communication technology so the more information is scattered. The increasing number of features available in social media, there are the applications that support warganet to be more creative show his existence in cyberspace like, Tik Tok. It makes increasing number of users of social media are competing in processing the image of himself by playing with the app then posted on their respective social media. By showing her appearance, fashion, and style of speech to show the audience about her. Tik Tok into applications that attract more users to explore themselves by presenting himself in the video lasted fifteen minutes by featuring several performances that imitated acting, lipsinc favorite song or perform dubbing. Tik Tok become the most widely used applications and had viral in a period of more than one year before being blocked because of many negative content in it, but now Tik Tok back to exist after blocking by KOMINFO revoked. Applications that viral among various ages have attracted the attention of various aspects of the social sciences, especially in terms of its self-impression management. In this study the researchers intend to describe the impression management student Tik Tok by using dramaturgical analysis by using the two regions of the front stage (front stage) and stage rear (back stage). Which of the two regions share a border between life in cyberspace when a user makes a video and the real world of life when they become students and be yourself what it is.

Keywords: *Impression Management, Application Tik Tok, Dramaturgy Analysis Erving Goffman*

ABSTRAK

Skripsi ini membahas *impression management* atau pengelolaan kesan pengguna aplikasi Tik Tok dengan menggunakan analisis dramaturgi Erving Goffman bagi siswa SMA/SMK di Kecamatan Ambulu, tahun 2018. Dimana seiring pesatnya teknologi komunikasi maka semakin banyak pula informasi yang tersebar. Dari semakin banyaknya fitur yang tersedia di media sosial, muncullah berbagai aplikasi yang mendukung warganet untuk lebih berkreasi menunjukkan eksistensi dirinya di dunia maya seperti, Tik Tok. Hal ini menjadikan semakin banyaknya pengguna media sosial berlomba-lomba dalam mengolah citra dirinya dengan memainkan aplikasi tersebut kemudian diposting di media sosialnya masing-masing. Dengan menunjukkan penampilannya, busana, maupun gaya bicarannya untuk menunjukkan kepada khalayak tentang dirinya. Tik Tok menjadi aplikasi yang menarik banyak penggunaannya untuk mengeksplor diri dengan menampilkan dirinya di dalam video berdurasi lima belas menit dengan menampilkan beberapa pertunjukan yakni menirukan akting, *lipsinc* lagu favorit maupun melakukan *dubbing*. Tik Tok menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan dan sempat viral dalam kurun waktu lebih dari satu tahun lamanya

sebelum akhirnya diblokir karena banyak konten negatif di dalamnya, namun saat ini Tik Tok kembali eksis setelah dicabut pemblokiran oleh KOMINFO. Aplikasi yang viral di kalangan berbagai usia ini menarik perhatian dari berbagai aspek ilmu sosial terutama dari segi *impression management* diri penggunanya. Dalam penelitian ini peneliti bermaksud mendeskripsikan pengelolaan kesan siswa pengguna Tik Tok dengan menggunakan analisis dramaturgi yakni dengan menggunakan dua wilayah yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Yang mana kedua wilayah tersebut saling berbatasan antara kehidupan di dunia maya saat pengguna membuat video dan dengan kehidupan dunia nyata saat mereka menjadi siswa dan menjadi diri apa adanya.

Kata Kunci: *Impression Management, Aplikasi Tik Tok, Analisis Dramaturgi Erving Goffman*

PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial telah membawa revolusi pada cara manusia melakukan komunikasi dan sebagai ajang perkenalan diri untuk lebih dikenal oleh banyak orang. Saat ini, media sosial sudah menjadi kebutuhan pokok di setiap harinya untuk berkomunikasi dengan sesama dan sebagai media mencari informasi seperti berita olahraga, *lifestyle*, kesehatan, dan lain-lain.

Media sosial juga sudah menjadi tempat membentuk *image* diri, mengungkapkan perasaan, maupun kritik. Semua aktifitas yang dilakukan wajib *share* melalui media sosial agar semua orang atau *followers*-nya mengetahui apa yang sedang dilakukan. Di dalam membuat citra dirinya melalui media sosial banyak orang menggunakan berbagai macam cara seperti mengunggah foto, memposting status, bahkan membuat video yang menampilkan dirinya dengan sedemikian rupa sehingga orang lain dapat melihat dan tertarik untuk terus menerus mengikuti setiap kegiatannya yang dibagikan di media sosial.

Melihat dari *trend* yang sedang berkembang saat ini, banyak warganet membuat konten video dengan menggunakan aplikasi video yang terhubung langsung ke media sosial. Salah satunya adalah aplikasi Tik Tok. Aplikasi ini sedang berada ditingkat aplikasi yang sering dan paling banyak digunakan dan termasuk aplikasi yang sedang viral belakangan ini. Banyak kalangan baik

remaja maupun dewasa yang menggunakan aplikasi Tik Tok untuk hiburan, ajang unjuk berkreasi, maupun sebagai media memperkenalkan dirinya kepada orang banyak di media sosial. Meningkatnya pengguna dan video yang *dishare* menjadikan aplikasi ini fenomenal hingga menjadikan aplikasi paling banyak diunduh di dunia. Dari fenomena Tik Tok ini banyak isu negatif yang timbul. Banyak *users* menghabiskan berjam-jam menonton video dan membuat video. Video Tik Tok sendiri berkisar tentang *talent*, *challenge*, *stunt*, *joke*, sampai *prank*. Dengan durasi singkat dan algoritma Tik Tok, video menarik dan lucu membuat Tik Tok sulit ditinggalkan. Kebanyakan pengguna hanya sekedar menjiplak atau menyalin konten yang dibuat *users* sebelumnya walau dengan latar belakang orang yang berbeda, biasanya satu konten memiliki plot yang serupa. Bisa juga, membuat video hanya sekedar untuk viralitas atau mencari hadiah dengan *challenge* video.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki pengguna aktif aplikasi Tik Tok. Seperti yang dilansir oleh Viva.co.id, sebanyak sepuluh juta penduduk Indonesia yang meng-*install* dan memainkan aplikasi Tik Tok dari berbagai kalangan. Pengguna aplikasi ini berlomba-lomba unjuk diri membuat video berdurasi lima belas detik sekreatif mungkin. Munculnya Tik Tok ini mencuri banyak perhatian masyarakat Indonesia, sehingga lahirlah “Generasi Tik Tok”. Penggunaan aplikasi ini dianggap sebagai media untuk membuat para pengguna dikenal banyak

orang dengan cara membuat video yang menarik. Aplikasi Tik Tok ini menunjuk pasar kaum muda mudi generasi milenial dengan menyajikan berbagai fitur yang bisa dinikmati dan mengikuti perkembangan zaman. Remaja yang menjadi pengguna terbanyak Tik Tok, menjadikan media sosial ini untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan kemampuan dalam membuat video berdurasi pendek. Tidak hanya itu, mereka juga menganggap media sosial adalah wadah untuk bisa dikenal oleh banyak publik di lingkup sosial daring. Tik Tok juga dijadikan wadah untuk bersenang-senang selepas mereka penat belajar di sekolah maupun untuk saling membentuk relasi teman baru.

Hal ini juga dilakukan oleh remaja sekolah menengah atas di Indonesia, khususnya di Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Yang mana siswa-siswa dengan berbagai macam karakter dan latar belakang yang berbeda berusaha menampilkan dirinya di media sosial dan ditonton *followers*-nya. Dengan sengaja menunjukkan sisi diri yang lain dan mencoba untuk menarik perhatian banyak penonton untuk menilai dirinya dan lebih mengenal dirinya dari tampilan yang disajikan dalam media sosialnya. Siswa sekolah menengah atas yang notabennya sebagai remaja yang akan beranjak dewasa ini, menjadi menarik untuk diteliti sisi sosialnya. Dari sisi interaksi sosial dengan masyarakat sekitarnya maupun dengan masyarakat yang lebih luas. Juga bagaimana mereka membuat citra baik dirinya sebagai remaja yang berstatus pelajar dengan berbagai macam ide dan cara untuk mengembangkan kreatifitasnya dan mendapatkan nilai yang baik dari khalayak umum.

Impression management atau pengelolaan kesan yakni teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Membahas tentang *Impression Management* tentu

tidak terlepas dari kajian dramaturgi karena pada dasarnya, dramaturgi Goffman salah satu prinsipnya adalah *Impression Management*. Pendekatan dramaturgis Goffman khusus yang berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain (Mulyana, 2013:109,112).

Melihat dari fenomena yang terjadi ada sisi yang menarik untuk diteliti yaitu tentang bagaimana mereka mengelola kesan di hadapan khalayak khususnya bagi siswa menengah atas dimana masa-masa ini adalah masa perkembangan kreatifitas dan pembentukan citra diri. Dengan menggunakan aplikasi video yang sedang digandrungi saat ini dan melihat banyaknya konten video Tik Tok yang menirukan suatu adegan dan melakukan gaya layaknya *public figure* menimbulkan pertanyaan bagaimana mereka tampil dengan leluasa di media sosial dan bagaimana sejatinya mereka di dunia nyata. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman, salah satu prinsipnya adalah *Impression Management*. Bagaimana siswa di Ambulu menampilkan dirinya di depan orang lain, bagaimana konsistensinya dalam memainkan perannya sebagai siswa, serta bagaimana caranya agar dapat mempersuasi orang lain agar orang tersebut memandangi dirinya sesuai dengan keinginannya. Dengan melihat beberapa faktor yang terlibat dalam diri siswa dan faktor lingkungan yang masih tergolong daerah yang berkembang dalam hal memahami penggunaan media sosial dengan baik dan cermat.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana panggung depan siswa SMA/SMK di Ambulu dalam menggunakan aplikasi Tik Tok?
2. Bagaimana panggung belakang

siswa SMA/SMK di Ambulu dalam menggunakan aplikasi Tik Tok?

3. Bagaimana *impression management* siswa SMA/SMK di Ambulu dalam menggunakan aplikasi Tik Tok?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui panggung depan (*front stage*) siswa SMA/SMK di Ambulu dalam menggunakan aplikasi Tik Tok.
2. Mengetahui panggung belakang (*back stage*) siswa SMA/SMK di Ambulu dalam menggunakan aplikasi Tik Tok.
3. Mengetahui *impression management* siswa SMA/SMK di Ambulu dalam menggunakan aplikasi Tik Tok.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengembangan teoritis dalam teori sosial, teori dramaturgi, khususnya tentang penggunaan aplikasi Tik Tok. Dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
Sebagai sumbangan bagi lembaga terkait khususnya yang mendalami pemuda/ remaja dalam menentukan kebijakan di masa mendatang.

TINJAUAN PUSTAKA

Dramaturgi Erving Goffman

Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* memperkenalkan konsep dramaturgi yang bersifat penampilan teateris. Banyak ahli mengatakan bahwa dramaturginya Goffman ini berada di antara tradisi interaksi simbolik dan fenomenologi. Pada dasarnya interaksi manusia menggunakan simbol-simbol, cara manusia menggunakan, merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Itulah interaksi simbolik dan

itulah yang mengilhami perspektif dramaturgis, dimana Erving Goffman sebagai salah satu eksponen interaksionisme simbolik, maka hal tersebut banyak mewarnai pemikiran-pemikiran dramaturgisnya.

Fokus pendekatan dramaturgis adalah bukan apa yang orang lain lakukan, bukan apa yang ingin mereka lakukan, atau mengapa mereka melakukan, melainkan bagaimana mereka melakukannya. Burke melihat bahwa tindakan sebagai sebuah konsep dasar dalam dramaturgis. Seseorang dapat berbicara tentang ucapan-ucapan atau menulis tentang kata-kata, maka bahasa berfungsi sebagai kendaraan untuk aksi. Karna adanya kebutuhan sosial masyarakat untuk bekerja samadalam aksi-aksi mereka, bahasapun membentuk perilaku. Dramaturgi menekankan dimensi ekspresif/ impresif aktifitas manusia, yakni bahwa makna manusia terdapat dalam cara mereka mengekspresikan diri dalam interaksi dengan orang lain yang juga ekspresif. Oleh karena itu perilaku manusia bersifat ekspresif inilah maka perilaku manusia bersifat dramatik. Pendekatan dramaturgis Goffman berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengolah pesan yang ia dapatkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain (Mulyana, 2013:107).

Dua wilayah kajian dramaturgi : *Front stage* (panggung depan) merupakan wilayah yang merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formalnya. Wilayah panggung depan diibaratkan sebagai panggung sandiwara yang ditonton oleh khalayak. Goffman membagi panggung depan menjadi dua bagian, yaitu *front pribadi* (*personal front*) dan *setting*. *Setting* merupakan situasi fisik yang harus ada ketika aktor melakukan pertunjukan.

Back stage (panggung belakang) merupakan wilayah yang merujuk

kepada tempat sang aktor untuk mempersiapkan perannya di wilayah depan. Panggung belakang (*back stage*) juga merupakan tempat dimana individu memperlihatkan gambaran sesungguhnya dari dirinya. Wilayah panggung belakang tidaklah mudah untuk dimasuki oleh penonton. Wilayah panggung belakang diibaratkan sebagai kamar rias, tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan. Suatu teknik lain dalam kajian dramaturgi adalah mistifikasi, yang digunakan sebagian aktor untuk menciptakan kharisma mereka. Aktor sering cenderung memistifikasikan pertunjukan mereka dengan menjauhkan jarak sosial antara diri mereka dengan khalayak. Dengan membatasi kontak sosial itu, mereka berusaha menciptakan kekaguman atau keterpesonaan pada khalayak. Hal ini bertujuan untuk menjaga khalayak agar mereka tidak mempertanyakan pertunjukan (Mulyana, 2013: 114).

Impression Management

Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebut upaya sebagai “pengelolaan kesan” (*Impression Management*), yakni teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Goffman, kebanyakan atribut, milik atau aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri ini, termasuk busana yang kita pakai, tempat kita tinggal, rumah yang kita huni, cara kita melengkapinya (furnitur dan perabotan rumah), cara kita berjalan dan berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita. Memang segala sesuatu yang terbuka mengenai diri kita sendiri dapat digunakan untuk memberi tahu orang lain siapa kita. Kita melakukan hal itu dari situasi ke situasi. Cara kita berdandan berperilaku ketika diwawancarai dalam rangka

melamar kerja berbeda dengan cara kita berdandan dan berperilaku ketika menghadiri pengajian. Pendeknya, kita “mengelola informasi yang kita berikan kepada orang lain. Kita mengendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan busana kita, penampilan kita dan kebiasaan kita terhadap orang lain supaya orang lain memandang kita sebagai orang yang ingin kita tunjukkan. Kita sadar bahwa orang lain pun berbuat hal yang sama terhadap kita, dan kita memperlakukannya sesuai dengan citra-dirinya yang kita bayangkan dalam benak kita. Jadi kita bukan hanya sebagai pelaku, tetapi juga sekaligus sebagai khalayak (Mulyana, 2013: 112).

Media

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa arti “media” yaitu alat (sarana) komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Kemudian, “media massa” adalah merupakan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. Mungkin tidaklah asing jika disebutkan bahwa koran, majalah, radio, atau televisi sebagai media. Hanya saja pemahaman ini hanya berhenti pada definisi yang ditawarkan oleh Laughey (2007: 1) sebagai teknologi yang mengkomunikasikan pesan kepada khalayak yang berada dalam lokasi, negara, atau bahkan bagian dunia yang berbeda. Media erat kaitannya dengan iklan sehingga pola pikir masyarakat mengatakan media adalah tempat untuk beriklan. Dengan media penyampaian komunikasi seperti penawaran produk dapat disampaikan langsung kepada konsumen. Media dapat berupa media konvensional seperti radio, TV, *billboard*, poster, koran dan majalah tetapi juga dapat berupa media *online*. (Nasrullah, 2014: 14)

Media Baru

Pierre Levy (Soukup dalam Littlejohn 2009) dalam bukunya *Cybercultur* lebih melihat *new media* berbeda dengan media pendahulunya ia memandang produk *new media* yaitu

World Wide Web sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka fleksibel dan dinamis. Hal ini memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru serta melibatkan ke dalam dunia demokratis dan pemberian kuasa yang lebih interaktif. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang dapat memperluas dunia sosial, menciptakan pengetahuan baru, dan menyediakan tempat berbagi secara luas (Hastasari, 2011: 235).

Media Sosial

Dalam jurnal internasional berjudul "*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*". Karya Danah M. Boyd dan Nicole B. Ellison ini mendefinisikan media sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk (Boyd, 2007:3)

- a. Membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem yang tanpa batas,
- b. Mengartikulasi daftar pengguna lain dengan siapa mereka berbagi sambungan (*connection*),
- c. Melihat dan melintasi daftar koneksi mereka dan yang dibuat oleh orang lain dalam suatu sistem. Sifat dan pemberian nama koneksi ini dapat bervariasi dari situs ke situs.

Tik Tok

Tik Tok (bahasa Cina: 抖音短视频; pinyin: Dǒuyīn duǎn shìpín; secara harfiah "bergetar video pendek") adalah platform video musik dan jejaring sosial yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Pengguna pertama memilih dari daftar musik latar belakang. Kemudian, aplikasi merekamnya ketika mereka melakukan apa pun yang mereka inginkan selama lima belas detik. Daftar musik Tik Tok berisi berbagai gaya musik, termasuk hip-hop dan elektronik. Jumlah

pengguna aktif harian mencapai 66 juta pada Februari 2018. Hari ini, ini adalah salah satu platform video pendek paling populer di Asia, memunculkan banyak tren viral di seluruh benua.

Aplikasi mobile Tik Tok memungkinkan pengguna untuk:

- a. Tonton klip musik
- b. Potret klip pendek dan edit, dan
- c. Tambahkan efek khusus ke klip.

Kerangka Pemikiran

Melalui pendekatan teori dramaturgi oleh Erving Goffman yang mana di dalam pertunjukan terdapat dua esensi yaitu konsep *front stage* dan *back stage*. Dalam interaksi tatap muka, kedua konsep ini saling terhubung satu sama lain tetapi berada pada dua wilayah yang berbeda. Berikut penjelasannya:

- a) Depan Panggung atau *Front Stage*
Dalam berinteraksi dengan orang lain, kita akan memberikan penilaian terhadap orang tersebut berdasarkan berbagai petunjuk yang orang lain berikan begitu juga sebaliknya. Berdasarkan itulah kita memperlakukan orang lain atau sebaliknya. Dengan kata lain, ketika kita berinteraksi dengan orang lain maka secara sengaja kita akan menampilkan diri kita sebagaimana yang kita inginkan. Kemudian, hal-hal yang dapat kita gunakan untuk menampilkan diri kita di hadapan orang lain tersebut dengan *front* yang terdiri dari panggung, penampilan, dan gaya bertingkah laku.
- b) Belakang Panggung atau *Back Stage*
Menurut Goffman yang dimaksud dengan *back stage* adalah bahwa penampil dapat bersantai dimana ia dapat melepaskan diri semua peralatan lengkap yang digunakan untuk menampilkan diri. Ketika pertunjukan selesai, individu kembali ke belakang panggung dan merasa lega bahwa berbagai tindakan yang ditampilkan di atas panggung telah secara bebas

diekspresikan. Semua tindakannya memang tidak akan memuaskan berbagai pihak kecuali dirinya sendiridi belakang panggung. Panggung belakang adalah tempat dimana penampil hadir namun tanpa kehadiran khalayak yang menontonnya. Di belakang panggung pula, seorang penampil dapat keluar dari karakter aslinya tanpa merasa takut dapat merusak penampilannya.

Dari pengertian tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana *impression management* atau pengelolaan kesan yang terbentuk khususnya pada siswa pengguna aplikasi Tik Tok. Yang mana siswa memiliki cara tersendiri dalam mengelola atau membuat presentasi dirinya di media sosial sebagai pengguna aktif aplikasi Tik Tok dan bagaimana sejatinya dirinya di dunia nyata yakni sebagai siswa.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam pembuatan karya ilmiah, metode mempunyai kedudukan yang cukup penting. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif, artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumentasi pribadi, catatan memo dan dokumentasi resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik dibalik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas. Oleh karena itu pengguna pendekatan kualitatif ini adalah mencocokkan antara realita empirik dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode deskriptif (Moleong, 2012:131).

Lokasi Penelitian

Berdasarkan judul skripsi ini "*Impression Management* Pengguna Aplikasi Tik Tok (Analisis Dramaturgi Erving Goffman Bagi Siswa SMA/SMK di

Kecamatan Ambulu). Dalam penelitian ini yang menjadi lokasi adalah Kecamatan Ambulu, Jember, Indonesia. Alasan Kecamatan Ambulu dijadikan sebagai lokasi penelitian bahwasannya di kecamatan ini terdapat banyak lembaga pendidikan menengah atas yang mempunyai banyak siswa dengan berbagai kepribadian dan karakter. Yang mana banyak siswa yang aktif menjadi pengguna media sosial dan selalu mengeksplor dirinya. Mengingat tentang judul penelitian yakni *Impression Management*, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengolahan kesan yang dilakukan oleh siswa SMA/SMK di Kecamatan Ambulu dalam menggunakan aplikasi Tik Tok.

Sumber Data

Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa sumber data, antara lain:

- a. Data Primer; Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari informan penelitian, yang dilakukan melalui observasi dan wawancara. Data primer akan diambil untuk mengetahui *Impression Management* siswa pengguna aplikasi Tik Tok. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara dengan siswa pengguna aplikasi tersebut dan observasi.
- b. Data Sekunder; Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua. Misalnya, peneliti memperoleh melalui artikel-artikel, dokumen, jurnal, hasil penelitian, yang bersangkutan media sosial dan internet yang sesuai serta berhubungan erat dengan permasalahan yang diteliti.

Penentuan Sumber Data

Teknik penentuan sumber data dalam penelitian adalah dengan menggunakan metode *snowball sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel yang awal mula jumlahnya kecil,

kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel. Dan begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel makin lama makin banyak. Ibaratkan bola salju yang menggelinding, makin lama semakin besar.

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2012:238)

Dalam rangka mengumpulkan data atau informasi di lapangan, maka dalam penelitian digunakan teknik antara lain, wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka.

Teknik Analisa Data

Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi baik yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam maupun observasi (Kriyantono, 2008:192). Menurut Miles dan Huberman (1984) menyatakan pada proses analisis ini terdapat tiga jalur analisis data kualitatif yaitu, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember, Ambulu adalah kecamatan di Kabupaten Jember lebih tepatnya di bagian selatan. Wilayah selatan kecamatan ini berbatasan dengan Samudra Hindia dengan pantai yang terkenal, yaitu Pantai Watu Ulo dan Pantai Papuma. Kecamatan Ambulu mempunyai luas wilayah 104,56 Km² dengan ketinggian rata-rata 35 m diatas permukaan laut.

Secara geografis Kecamatan Ambulu terletak pada wilayah dataran rendah. Ketinggian dari permukaan laut hanya 18

meter. Kecamatan Ambulu mempunyai luas 10.439 Ha atau 104,56 kilometer persegi. Dari segi topografi letak Kecamatan Ambulu berada di bagian selatan Kabupaten Jember.

Lembaga Pendidikan Menengah Atas dan Kejuruan

Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Kecamatan Ambulu, lembaga pendidikan menengah atas dan kejuruan adalah sebagai berikut:

1. SMAN Ambulu
2. SMA Bima
3. SMA Pancasila Ambulu
4. SMK 02 Islam 45 Ambulu
5. SMK 1 Pancasila Ambulu
6. SMK 3 Pancasila Ambulu
7. SMK Al Amien
8. SMK Astra Nawa
9. SMK Bastren Nurussalam
10. SMK Nurul Huda
11. SMK Darussalam
12. SMK Muhammadiyah 3 Ambulu

Gambaran Umum Objek Penelitian

Informan dari penelitian ini terdiri dari sepuluh orang yang merupakan siswa pengguna aktif aplikasi Tik Tok. Yang mana penentuan informan ini dengan menggunakan metode *snowball sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara tanpa menentukan berapa jumlah sampel yang akan diambil. Disini peneliti akan berhenti mencari data atau informasi dari obyek yang akan diteliti jika dianggap data tersebut sudah dianggap cukup. Masing-masing informan terdiri dari siswa menengah atas, menengah kejuruan, dan madrasah aliyah. Informan yang terdiri dari sepuluh orang siswa ini memiliki latar belakang yang berbeda namun dalam beberapa hal mereka mengungkapkan hal yang sama. Dari latar belakang yang berbeda ini, peneliti mencoba untuk mendeskripsikan. Berikut adalah informan-informan penelitian yang diwawancarai oleh peneliti untuk mendapatkan data mengenai *impression management* pengguna Tik Tok:

1. Bilqis

2. Fina
3. Arista
4. Ifana
5. Arjun
6. Chyntia
7. Fatika
8. Fani
9. Edo
10. Jevin

Gambaran Umum Aplikasi Tik Tok

Aplikasi buatan ByteDance Inc yang berdiri sejak Maret 2012 ini menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Aplikasi ini menghadirkan *special effect* yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Melalui kombinasi kecerdasan buatan dan teknologi penangkap gambar, kreasi video akan disederhanakan dan ditingkatkan, disaat bersamaan performa video pun juga turun ditingkatkan. *Special effect* seperti efek *shaking* dan *shivering* pada video dengan electronic music, merubah warna rambut, 3D stikers, dan properti lainnya.

Fitur Tik Tok

Berikut ini adalah fitur yang tersedia di aplikasi Tik Tok yang tidak jauh berbeda dari aplikasi Musical.ly yang dilansir oleh review.bukalapak.com yakni sebagai berikut:

- a. Fitur *Time Machine*
- b. Fitur *Reactions*
- c. Fitur *Color Filter*
- d. Fitur *Time Trap*
- e. Fitur *Sticker*
- f. Fitur *Explore*
- g. Fitur *Share to Social Media*
- h. Fitur *Effect*

Analisis Panggung Depan (Front Stage) Siswa Pengguna Aplikasi Tik Tok

Yang dimaksud dengan *front stage* (panggung depan) pada penelitian ini ialah dimana siswa pengguna aplikasi Tik Tok bertujuan membuat video Tik Tok untuk menunjukkan kemampuan diri dalam berekspresi dan berkreasi. Dengan kata lain siswa menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai sarana mengembangkan kreatifitas dalam membuat video berkonten akting,

joget atau *dance*, dan *lipsinc* yang berdurasi kurang dari satu menit dengan membuat video dengan menampilkan beberapa ekspresi wajah dan gaya dalam berpenampilannya. Adapun ruang lingkup dari *front stage* informan yang peneliti tentukan fokus batasannya yakni ketika mereka membuat video Tik Tok.

Pada *front stage* ini ada beberapa aspek yang menjadi fokus penelitian peneliti sebagaimana telah dijabarkan pada bab pertama mengenai pengembangan kreatifitas dan pembentukan citra diri. Kemudian peneliti mengembangkan kembali kedua aspek tersebut menjadi beberapa sub seperti aspek pemahaman pengguna tentang aplikasi Tik Tok, aspek pemilihan konten, aspek persiapan pembuatan video, aspek penampilan, dan aspek pesan yang ingin disampaikan ketika membuat video.

Analisis Panggung Belakang (Back Stage) Siswa Pengguna Aplikasi Tik Tok

Panggung belakang disini membahas mengenai bagaimana mereka di dalam keseharian dan di luar aktifitas sebagai siswa. Kehidupan sehari-hari adalah dimana informan tidak menyembunyikan sesuatu tentang dirinya, mereka bertindak sebagai apa adanya dirinya, memakai baju sesuai keinginan, memakai *make up* sesuai dengan mood, berperilaku sesuai mau mereka, dan memang diri mereka yang sebenarnya.

Dari panggung belakang seluruh informan, mereka cenderung bersikap apa adanya diri mereka, mereka akan bersikap tidak peduli ketika dijadikan bahan perbincangan orang lain, bersedih ketika disakiti karena dinilai negatif oleh orang lain. Dan dalam panggung belakang ini mereka tidak segan-segan untuk kembali membicarakan orang lain, yang dalam hal ini mereka akan menunjukkan sisi negatif dalam dirinya secara spontan. Jawaban para informan tersebut menggambarkan diri mereka yang menjadi seutuhnya di kehidupan pribadi atau *back stage*. Meski terdapat informan yang tetap menonjolkan sikap dan perilaku di *front stage* dan

kembali ditunjukkan pada kehidupan *back stage*, namun tetap memiliki benang merah yang sama bahwa tidak ada pengelolaan kesan tertentu melalui sikap dan perilakunya pada kehidupan *back stage*-nya. Semua kembali menjadi diri yang sesungguhnya

Analisis Impression Management Siswa Pengguna Aplikasi Tik Tok

Dalam sub bab ini peneliti akan mendeskripsikan hasil dari penelitian yang diperoleh dari jawaban-jawaban seluruh informan. Jawaban-jawaban itu sendiri diperoleh dari hasil wawancara dengan mengajukan pertanyaan seperti tujuan pembuatan, dan yang mencakup keseluruhan pengelolaan kesan yang dilakukan dalam menampilkan penampilannya.

Dari hasil wawancara beberapa informan mereka menyatakan bahwa ketika membuat Tik Tok selain menampilkan diri mereka juga secara sengaja menyampaikan bahwa mereka ingin menunjukkan kemampuan diri dan citra yang baik terutama mereka ingin lebih dikenal oleh banyak orang dan mendapatkan tanggapan positif dihadapan audiennya. Dan dari penuturan salah satu informan di atas, Tik Tok digunakan untuk bersaing dalam berkarya dengan teman-teman maupun dengan pengguna aplikasi Tik Tok di luar sana. Karena perkembangan zaman yang semakin membuat teknologi menjadi sarana untuk membangun *personal branding* atau sebuah cara memasarkan diri atau imej kita secara individu.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dari deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan diatas maka peneliti akan membahas mengenai *impression management* pengguna aplikasi Tik Tok. *Front stage* atau panggung depan merupakan bagian dimana sang aktor dalam hal ini pengguna aplikasi Tik Tok tampil dengan berbagai rekayasa. Hal tersebut juga sesuai dengan yang dikemukakan oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *Presentation of*

Self in Everyday Life diterbitkan pada tahun 1959.

Dalam panggung depan siswa pengguna Tik Tok, video adalah panggung depan dimana mereka dapat melakukan pertunjukan atau adegan sesuka mereka. Dan hal ini kegiatan mereka akan tampak secara jelas karena sifat dari video adalah *audio visual* seperti halnya televisi. Dan hal tersebut adalah menjadi alasan bagi pengguna aplikasi ini untuk mengelola *setting* serta *front personal* mereka yang terdiri dari *appearance* (penampilan) dan *manner* (gaya). Hal tersebut dikarenakan setiap pengguna harus membentuk kesan tertentu dimata penonton dan individu lainnya yang berada di lingkungan *front stage*-nya, yang pada akhirnya akan menciptakan *self image* yang ingin dibangun oleh aktor itu sendiri yakni siswa pengguna aplikasi Tik Tok. Pengelolaan kesan yang dibentuk oleh masing-masing informan terhadap kesan yang harus dibentuk tersebut berkaitan erat dengan upaya menciptakan citra diri, menunjukkan kemampuan diri dan popularitas di dalam media sosial.

Gaya yang meliputi mimik wajah dan bahasa tubuh, serta tujuan pembuatan dan pesan yang disampaikan pada video dapat mempresentasikan *personality* dan kemampuan dalam menguasai teknik beradegan di panggung yakni pada video yang pengguna Tik Tok buat. Dengan melihat mimik wajah dan bahasa tubuh penonton akan secara langsung menilai seberapa baik aktor menampilkan perannya dalam video dan juga bisa mempresentasikan diri dari aktor tersebut apakah ada celah yang terlihat dengan kata lain sisi diri sebenarnya yang terlihat pada video yang dibuatnya. Sedangkan dari aspek tujuan pembuatan dan pesan yang disampaikan pada video Tik Tok merupakan suatu tujuan diri untuk meningkatkan nilai *personality*-nya melalui video.

Selanjutnya sebagaimana yang dikatakan oleh Goffman, yang melihat bahwa ada perbedaan akting yang besar

saat aktor berada di atas panggung depan (*front stage*) dan di panggung belakang (*back stage*) drama kehidupan. Kondisi akting panggung depan adalah adanya penonton yang melihat dan seorang tersebut sedang berada dalam bagian pertunjukan. Saat itu seseorang berusaha untuk memainkan peran sebaik-baiknya agar penonton memahami tujuan dari perilakunya. Perilaku tersebut dibatasi oleh konsep-konsep drama yang bertujuan untuk membuat drama berhasil. Sedangkan panggung belakang adalah keadaan dimana seseorang berada di belakang panggung dengan kondisi bahwa tidak ada penonton, sehingga dapat berperilaku bebas tanpa mempedulikan plot perilaku bagaimana harus dibawakan.

Dari deskriptif hasil penelitian diketahui bahwa di *back stage* mereka, para siswa pengguna Tik Tok ini berusaha sebisa mungkin untuk menanggalkan atribut mereka dengan label popularitas dan segala kesan yang melekat pada dirinya. Di bagian panggung belakang ini mereka mengembalikan diri mereka ke jati diri yang sesungguhnya yang sama sekali ada kesan rekayasa untuk tujuan tertentu. Bahkan mereka menunjukkan sisi lain mereka yang tidak bisa ditemui saat berada di panggung depan. Semuanya hampir sebuah penampilan yang natural tanpa ada pengelolaan kesan tertentu yang dapat menjadi kamuflase dihadapan orang-orang yang berada di sekitar panggung belakangnya. Dari sekian aspek yang terdapat dalam bagian kehidupan *back stage* seseorang seperti *make up*, pakaian, mimik wajah, dan bahasa tubuh, hanya di aspek pakaian saja mereka akan tetap melakukan pengelolaan kesan meski sangat jauh dengan pengelolaan kesan pada aspek yang sama di kehidupan *front stage*-nya.

Pengelolaan kesan pada aspek pakaian ini dikarenakan pemahaman para informan yang menganggap bahwa dalam menjalani kehidupan penampilan harus tetap dijaga dan diperhatikan meski di kehidupan *back stage* sekalipun. Hal

tersebut dilakukan dikarenakan agar kita terlihat layak dan sopan dihadapan orang-orang terdekat seperti keluarga dan sahabat ataupun individu lainnya yang senantiasa berinteraksi di sekitar kehidupan *back stage*-nya. Meski standarisasi pakaian ini jauh lebih terkesan santai dibandingkan ketika berada di panggung depan atau *front stage*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hasil pembahasan tentang panggung depan (*front stage*) siswa pengguna aplikasi Tik Tok:
 1. Analisis panggung depan para informan menunjukkan bahwa aspek-aspek panggung depan merupakan sarana dalam menampilkan citra diri yakni dengan aspek persiapan pembuatan video yang terdapat beberapa sub aspek yaitu penampilan yang di dalamnya terdapat pakaian dan *make up*, gaya, mimik wajah, bahasa tubuh serta konten video. Dan aspek tujuan pembuatan video Tik Tok.
 2. Dramaturgi panggung depan merupakan penampilan-penampilan pilihan yang menunjukkan citra diri siswa SMA/SMK di Kecamatan Ambulu yang memiliki gaya dan ciri khas masing-masing serta kemampuan yang dimilikinya.
- b. Hasil pembahasan tentang panggung belakang (*back stage*) siswa pengguna aplikasi Tik Tok:
 1. Pemetaan panggung belakang menunjukkan bahwa kehidupan sehari-hari informan sebagai siswa. Panggung belakang tidak ditampilkan di panggung depan

- sehingga momen-momen di panggung belakang jarang sekali dipublikasikan oleh siswa SMA/SMK di Kecamatan Ambulu yang menjadi informan dalam penelitian ini.
2. Hasil analisis panggung belakang menunjukkan bahwa pemilihan busana yang biasa saja tidak ada kaitannya dengan pemilihan busana ketika berada di panggung depan. Busana yang dipilih pada panggung belakang adalah busana yang simpel dan apa adanya sesuai keinginan.
 3. Dramaturgi pada panggung belakang adalah suasana keakraban dengan teman-teman dan keluarga yang merupakan kegiatan sehari-hari siswa di sekolah, lingkup pertemanan, maupun lingkup keluarga. Dalam penelitian ini informan lebih memiliki kedekatan dengan teman-temannya dibandingkan dengan keluarganya karena beberapa informan memiliki latar belakang keluarga bercerai. Namun tidak banyak yang lebih memiliki kedekatan dengan keluarganya.
- c. Hasil pembahasan tentang panggung depan (*front stage*) siswa pengguna aplikasi Tik Tok:
1. *Impression Management* siswa pengguna aplikasi Tik Tok di Kecamatan Ambulu menunjukkan bahwa aplikasi Tik Tok digunakan untuk media unjuk kreasi kemampuan diri serta membangun citra diri sesuai dengan yang diharapkan untuk mendapatkan pengakuan atau penilaian baik dari audien, selain itu untuk membangun *personal branding* demi kepentingan popularitas di media sosial.
 2. *Impression Management* siswa pengguna aplikasi Tik Tok menunjukkan bahwa penampilan dalam video Tik Tok hanya sebatas ingin menunjukkan pada publik dan untuk meningkatkan eksistensinya di media sosial.
 3. Hasil analisis antara panggung depan dan panggung belakang tidak saling berkaitan dengan kata lain seluruh kegiatan yang ada di panggung depan yakni di video Tik tok dengan kegiatan yang ada di panggung belakang tidak saling berkaitan. Meskipun dalam suatu kondisi apa yang terbiasa dilakukan aktor di panggung depan sedikit terbawa di kehidupan panggung belakangnya.

Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan di Kecamatan Ambulu dalam penelitian masih memerlukan perbaikan-perbaikan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini, sehingga dapat memenuhi syarat untuk dijadikan literatur kajian pustaka. Adapun saran dalam penelitian ini adalah:

1. Saran untuk pengguna aplikasi Tik Tok
Untuk menampilkan video kreatif dengan sisi estetika, tidak hanya menampilkan penampilan dan gaya saja, namun dari konsep dan ide video yang lebih dapat diterima oleh publik. Sehingga dalam penilaian publik akan menghilangkan kesan negatif dari publik yang memandang penggunaan aplikasi Tik Tok hanya video pembodohan.
2. Saran untuk penonton video Tik Tok
Untuk tidak selalu memandang sebelah mata pada pengguna aplikasi Tik Tok, karena mereka sedang mengembangkan kemampuan mereka dalam mengelola diri mereka dengan

membuat video kreatif. Mereka juga memiliki harapan agar penampilan yang ditampilkan dapat memberikan inspirasi bagi banyak orang untuk membuat video dengan konten kreatif.

3. Saran untuk penelitian selanjutnya
Penelitian dramaturgi memerlukan subyektifitas yang lebih dalam pengamatan terhadap perilaku atau aktifitas dari individu. Untuk memperjelas data yang diperoleh, disarankan untuk lebih membaca referensi-referensi dari berbagai literatur baik buku dalam negeri maupun luar negeri sebagai tambahan yang lebih luas dan mendalam.

Hasil penelitian ini masih kurang sempurna. Untuk itu, diharapkan menjadi acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya agar penelitian lebih baik dan sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, M. Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Fachrul, Zikri. Nurhadi. 2015. *Teori-Teori Komunikasi: Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Hastasari, Chatia. 2011. *Pembunuhan Media Konvensional oleh Media Baru. Bab Buku New Media: Teori dan Aplikasi*. Surakarta: Lindu Pustaka
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosdakarya. University Press.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana PrenadaMedia
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ritzer, George. 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta
- Sumber bacaan lainnya:**
- Benz, Pierre; Blake, Edwin. Sharing the Cloudlet: *Impression Management and Designing for Colocated Mobile Sharing*. Winter 2015 Special Issue, Vol. 11 Issue 4, p1-16. Retrieved May 3, 2018, From search.proquest.com
- Boyd, Danah M. And Ellison, Nicole B. (2007). Social Network Sites: definition, History and Scholarship, *Journal of Computer-mediated Communication*
- BukaReview. (2018, July 6). *Mengetahui Fitur Aplikasi Tik Tok yang Ramai Dibahas di Media Sosial*. Retrieved August 13, 2018, From <https://review.bukalapak.com/techno/mengetahui-fitur-aplikasi-tik-tok-yang-ramai-dibahas-di-media-sosial-38038>
- Christiyaningsih. (2017, September 19). *Tik Tok Aplikasi Video Asal Cina jajal Pasar Indonesia*. Retrieved on March 15, 2018, from <http://trendtek.republika.co.id>
- Hyun Ju Jeong; Mira Lee. The Effect of Online Media Platforms on Joining Causes: *The Impression Management Perspective*. Dec 2013, Vol. 57 Issue 4, p439-455. 17p. Retrieved May 3, 2018, From search.proquest.com
- Jemberkab. (2015, November 23). *Banyaknya sekolah murid dan guru smk negeri dan swasta menurut kecamatan*. Retrieved August 8, 2018, From <https://jemberkab.bps.go.id/statictabl>

e/2015/11/23/108/banyaknya-sekolah-murid-dan-guru-smk-negeri-dan-swasta-menurut-kecamatan-2014.html

Kamila, Siti (2018, July 5) *Mengenal Fitur Musical.ly, Aplikasi Pesaing Tik Tok*. Retrieved on August 13, 2018, from <https://review.bukalapak.com>

Metta. *Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman dalam Pola Penggunaan Ruang Publik Kafe Oleh Mahasiswa di Kota Surakarta*. Tidak diterbitkan: 2016

Rosiana. *Impression Management Mahasiswa di Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Menggunakan Pendekatan Dramaturgi di Kalangan Mahasiswa Universitas Telkom)*. Tidak diterbitkan: 2016

Wikipedia. (2018, May 2). *Tik Tok (app)*. Retrieved May 3, 2018, From [https://en.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_\(app\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Tik_Tok_(app))

