

---

> Vol. 01, 3 (December 2023), 246 - 257

## Media Sosial Tit-Tok Dalam Membangun Citra Diri (Analisis Teori Dramaturgi dan New-Media)

Mutia Tisa

**To cite this article:** Tisa, M. (2023). Media Sosial Tit-Tok Dalam Membangun Citra Diri: (Analisis Teori Dramaturgi dan New-Media). *ISTIFHAM: Journal Of Islamic Studies*, 1(3), 246–257.

**Available at:** <https://jurnal.seutiahukamaa.org/index.php/istifham/article/view/36>

© 2023 The Author(s).

---

**First Publication Right :**

© ISTIFHAM: Journal of Islamic Studies

---

**Published online:** December 31, 2023.

---

**Published by:**

Seutia Hukamaa Cendekia

**Journal Homepage:**

<https://jurnal.seutiahukamaa.org/index.php/istifham>



## Media Sosial Tit-Tok Dalam Membangun Citra Diri (Analisis Teori Dramaturgi dan New-Media)

**Mutia Tisa**

*STAIN Teungku Diurendeng Meulaboh, Indonesia*

Received: December 07, 2023  
 Accepted: December 24, 2023  
 Published: December 31, 2023

Corresponding Author:  
 Mutia Tisa, STAIN Meulaboh,  
 E-mail: [tia.arunmeukek@gmail.com](mailto:tia.arunmeukek@gmail.com)

### Keywords:

Tik-Tok,  
*Self-Image*,  
*New-Media*.

### Abstract

As a feature on social media applications, TikTok has become a phenomenon involving many users in contemporary society. This platform is not just a functional space for interaction and information-seeking; it has also shifted into a symbol of self-image and lifestyle. Symbolic interactionism and consumer society theories can encapsulate this phenomenon, where TikTok is not merely a gathering place but also a stage for expressing, actualizing, and shaping one's self-image. In this context, personal branding emerges as an effort to cultivate a positive image and attract the attention of others. Tik-Tok users actively portray themselves by posting photos and videos to create a positive impression and garner public attention. Despite the gap between social media and real life, users are willing to purchase likes and followers to maintain popularity. This qualitative research employs descriptive analysis to ensure a more comprehensive understanding of the expected outcomes. The findings reveal that TikTok is considered a new media platform due to its significant impact on disseminating information and influencing societal behavior. Based on the uses and gratification theory, it is understood that TikTok users are free to utilize the platform according to their individual needs and goals. Consequently, the media platform can enhance activities by providing space for expression and creativity.

Copyright: © Name (2023).

This is an open access article under the [CC BY SA license](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



### Pendahuluan

Media sosial pada dasarnya adalah alat untuk menyimpan dan menyampaikan informasi atau data untuk keperluan tertentu. Dengan demikian, media sosial adalah media yang digunakan untuk melakukan interaksi sosial dengan menggunakan teknik-teknik yang sangat memudahkan untuk diakses dan mempermudah publikasi kepada pengguna. Seorang pengguna media sosial dapat mengakses media sosial dengan jaringan internet tanpa biaya yang besar. Pengguna media sosial dapat dengan bebas menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, suara, dan berbagai model *content* lainnya. Menurut Kaplan dan Haenlin dikutip Burhan Bungin menjelaskan “media sosial memiliki ciri-ciri, yaitu pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa kepada banyak orang, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya, pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper* dan menerima pesan yang menentukan waktu interaksi”.(Mancini, 2009, hlm. 173)

Salah satu tujuan menggunakan media sosial adalah untuk melakukan Interaksi sosial dalam bentuk-bentuk yang tampak perorangan ataupun kelompok-kelompok manusia mengadakan

hubungan satu sama lain terutama dengan mengedepankan kelompok serta lapisan sosial sebagai unsur pokok struktur sosial. Interaksi sosial dapat dipandang sebagai dasar proses-proses sosial yang ada, menunjuk pada hubungan-hubungan sosial yang dinamis. (Soekanto, 2009, hlm. 64) Sekarang ini media sosial tidak hanya digunakan oleh kalangan muda saja, tetapi media sosial digunakan oleh semua lapisan usaha dan status sosial masyarakat termasuk ibu-ibu rumah tangga menggunakan media sosial, salah satunya adalah Tik-Tok.

Tik-Tok merupakan aplikasi jejaring sosial dan video music asal China yang dikembangkan oleh pengembang Toutiao. Aplikasi tersebut memperbolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Aplikasi ini pertama kali dirilis pada September 2016 dan berjalan di platform iOS dan Android. (Miftachul Taubah & Muhammad Nur Hadi, 2020, hlm. 57) Aplikasi Tik-Tok sebagai aplikasi berbentuk video pendek yang mempunyai berbagai macam iringan music sebagai pemakai bisa menggunakan performanya dengan berbagai macam gaya dan model yang menarik, sebagai akibatnya pendorong kreativitas pemakai sebagai *content creator*. Tik-Tok sebagai aplikasi yang bersifat hiburan bagi pengunanya memiliki beberapa kelebihan yaitu membuat video lebih mudah dan juga banyak efek dan filter yang tersedia sehingga pengguna dapat memilih sesuai dengan yang diinginkan. (Miftachul Taubah & Muhammad Nur Hadi, 2020, hlm. 58)

Ada satu penelitian serupa terkait tentang teori dramaturgi dalam membangun citra diri terhadap media sosial, seperti penelitian skripsi Dilla Pebriani tentang tindakan mahasiswa dalam menggunakan instagram (Pebriani, 2021). Penelitian menggunakan teori yang sama hanya perbedaannya pada objek media sosial yang di gunakan. Secara hasil memiliki kesimpulan yang sama, namun pada objek media sosial yang penulis pilih, dari sisi jumlah pengguna dan eksistensi platform yang dipakai lebih banyak pengguna Tik-Tok dari media-media yang lain.

Tik-Tok dirancang sebagai media sosial yang bersifat hiburan bagi pengunanya. Penggunaan aplikasi Tik-Tok sangat mudah sehingga dapat digunakan oleh semua usia, dimana Sekarang ini penggunaan Tik-Tok sudah merambah pada setiap lintas generasi bangsa mulai dari anak-anak, remaja, dewasa bahkan orang tua sekalipun.

Terdapat berbagai motif dan alasan bagi pengguna aktif Tik-Tok, salah satunya adalah untuk membangun citra diri sesuai keinginan sang pengguna. Dalam konteks ini, penggunaan Tik-Tok dapat berpotensi memengaruhi pembentukan citra diri individu, karena konten yang diunggah dan dikonsumsi oleh pengguna dapat memengaruhi persepsi diri dan interaksi sosial mereka (Citra, 2022) (Oktariani, 2023) (Wuwungam dkk., 2022).

Selain itu, analisis teori Dramaturgi dan New-Media dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana media sosial, termasuk Tik-Tok, memengaruhi pembentukan citra diri individu. Teori Dramaturgi fokus pada konsep identitas dan citra diri, sementara teori New-Media menyoroti peran media baru dalam membentuk pola komunikasi dan interaksi sosial (Citra, 2022) (Cut Raudhatul Zahbi, 2023).

Dengan demikian, melalui analisis terhadap pengaruh Tik-Tok dalam membentuk citra diri berdasarkan teori Dramaturgi dan New-Media, dapat lebih dipahami bagaimana penggunaan platform ini dapat memengaruhi persepsi diri dan interaksi sosial pengunanya. Hal ini menjadi penting mengingat popularitas Tik-Tok dan dampaknya terhadap pengguna, khususnya dalam konteks pembentukan citra diri dan identitas individu.

## **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah menggunakan metode penelitian analisis deskriptif kualitatif. Penulis juga menggunakan teknik penelitian kualitatif yang tidak hanya tertuju

pada fenomena sosial yang ada di tengah-tengah masyarakat, melainkan dapat pula berasal dari bahan literatur atau dokumentasi baik secara tertulis, tergambar, bersuara, dan lain sebagainya yang dimana teknik ini biasa disebut dengan teknik elisitasi dokumen (Harahap, 2020). Adapun literatur yang penulis gunakan adalah buku Evin Goofman yang berjudul *Presentation of Self in Everyday Life* yang diterbitkan pertama kali pada tahun 1959.

Lebih lanjut penelitian dilakukan dengan melakukan analisis isi terhadap jurnal maupun artikel yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Analisis isimerupakan metode yang digunakan untuk menyimpulkan data yang didapat dengan melakukan identifikasi terhadap berbagai karakteristik khusus secara objektif dan sistematis

Kemudian analisis data dilakukan lebih rinci dengan menggunakan tiga tahapan yakni: a) Mereduksi data atau merangkum, memilah hal-hal inti, dan disusun menjadi lebih sistematis. b) Penyajian data, yakni tahapan yang dilakukan dengan cara menarasikan dan menguraikan data hasil temuan riset yang telah direduksi kemudian peneliti menggambarkan hasil data temuan tersebut dalam untaian kata-kata dan menghubungkannya antar golongan yang sudah tersistematis. c) Penarikan kesimpulan, dimana pada tahap ini kesimpulan akhir tidak dapat diubah lagi seperti yang dijelaskan dalam tahapan reduksi maupun penyajian data, sebab pada tahapan awal kesimpulan masih dapat diubah karena masih bersifat sementara dan berubah jika dalam prosesnya tidak ditemukan bukti-bukti pendukung untuk menguatkan pada tahap pengumpulan data berikutnya. Maka dalam tahapan ini data yang disajikan harus sudah dipastikan sesuai data yang ada pada lapangan secara valid dan konsisten sehingga kesimpulan akhir yang disajikan dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan oleh peneliti.

## Hasil Penelitian

### 1. Pembentukan Citra Diri Pengguna Tik-Tok menurut teori Dramaturgi

Pembentukan citra diri sangat diperlukan untuk menunjukkan siapa diri kita sebenarnya. Gambaran umum tentang diri kita atau pandangan yang kita buat untuk diri sendiri. Citra diri juga merupakan pandangan kita dalam berbagai peran misalnya sebagai mahasiswa, anak, ataupun manager atau merupakan pandangan kita tentang watak kepribadian atau penampilan dalam kehidupan sehari-hari. Teori dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas tersebut merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung interaksi dengan orang lain. Aktor membawakan naskah dalam bahasa/symbol-symbol dan perilaku Untuk menghasilkan arti-arti dan tindakan tindakan sosial dalam konteks sosio-kultural Pemirsa yang menginterpretasikan naskah tersebut dengan pengetahuan mereka tentang aturan-aturan budaya atau symbol-symbol signifikan. Di sinilah dramaturgis masuk, bagaimana kita menguasai interaksi tersebut. Dalam dramaturgis, interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukan dramanya sendiri.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Evin Goofman, alasan penulis memilih teori ini karna ada keterkaitan antara teori dramaturgi dengan pembentukan citra diri di media *tittok*, dalam teori ini menggambarkan tentang kehidupan manusia yang di ibaratkan seperti pertunjukan drama, yaitu interaksi yang dilakukan oleh seseorang merupakan jalur cerita yang telah dibuat oleh orang yang membuat drama tersebut. (Wagiyo dkk., 2014, hlm. 32)

Hal ini tentunya sesuai dengan kehidupan sosial yang di jalani oleh para pengguna Tik-Tok di media sosial, di mana mereka memainkan peran di depan para penonton dengan penuh setingan layaknya panggung sandiwara. dalam pendekatan dramaturgi juga di jelaskan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesama, dalam hal itu mereka ini membangun pesan pada orang lain (Wagiyo dkk., 2014, hlm. 33). Untuk itu pengguna Tik-Tok menjalankan peran sesuai dengan keinginan harapan dengan tujuan untuk membangun citra diri di hadapan para penonton sehingga mereka mengasumsikan identitas sesuai dengan yang di pertontonkan oleh artis tersebut.

Pengguna Tik-Tok memainkan peran yang berbeda pada setiap unggahan video yang dibagikan, hal ini sangat tergantung pada situasi yang sedang dijalani, presentasi diri yang seperti inilah yang di maksud oleh Goffman memiliki tujuan membangun identitas sosial bagi para pelakunya untuk menarik simpati dan mempengaruhi berbagai macam interaksi yang layak dan tidak layak di tengah-tengah masyarakat.

Ketika pengguna Tiktok membagikan video, bahwa sebenarnya mereka juga sedang membangun sebuah *imej* dari dirinya, sehingga bisa diterima oleh penonton lainnya. Upaya yang dilakukan ini disebut dengan pengelolaan pesan yaitu usaha yang dilakukan oleh aktor untuk membangun kesan dan citra tertentu untuk memperoleh tujuan yang diinginkan. Kesan yang ingin dibangun oleh artis Tik-Tok ini pada umumnya adalah kesan baik atau citra diri yang positif sehingga para sahabat dunia maya menaruh simpati dan mengagumi sosok tersebut. Setiap pengguna Tik-Tok memiliki tujuan yang berbeda dalam setiap video yang dibagikan tersebut, seperti: ingin dikenal oleh masyarakat luas, mencari keuntungan secara finansial ataupun hanya sekedar ingin berbagi informasi dan memberi inspirasi kepada pengguna lainnya, bahkan ada beberapa pengguna yang malah sengaja membuat konten yang kontroversi dengan etika dan undang-undang hanya untuk mencari jumlah simpatisan yang banyak di dunia maya, tujuan-tujuan tersebut tentunya kembali lagi kepada masing-masing individu yang sesuai dengan konsep dirinya.

Dalam Perspektif dramaturgi, peran yang di mainkan dalam interaksi sosial di atas panggung oleh sang aktor berkaitan dengan penggunaan bahasa verbal dan non-verbal berupa atribut, pakaian dan aksesoris lainnya untuk mendukung peran yang dilakukan, dalam hal ini bisa kita analisis bagaimana sang artis Tik-Tok tersebut menjaga kendali diri agar tidak salah bicara, menjaga gerakan dan nada bicara serta ekspresi wajah sehingga penonton menganggap apa yang ditampilkan di video tersebut seperti kenyataan tanpa ada setingan. Kesempurnaan sang artis Tik-Tok dalam membuat video tersebut tentunya sangat mempengaruhi citra diri sang artis di tengah masyarakat maya. Menurut Goffman, kehidupan sosial dalam teori ini dibagi menjadi "Wilayah depan" dan "Wilayah Belakang". (Wagiyo dkk., 2014, hlm. 58)

Di wilayah depan ini sang artis Tik-Tok menampilkan konten yang sudah diatur dan ditentukan terlebih dahulu oleh sang pemilik akun, sedangkan wilayah belakang adalah tempat di mana sang artis mempersiapkan berbagai macam hal untuk membuat konten video seperti, pemilihan lokasi, momen yang pas untuk membuat konten.

*Frontstage* merupakan panggung depan merujuk kepada peristiwa sosial yang menunjukkan bahwa individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Bagi individu yang memiliki kepribadian ekstrovert, maka dia sangat terbuka dan suka menshow up kegiatan sehari-harinya misalnya memposting kegiatan yang dia lakukan saat makan, saat nongkrong dan melakukan hal positif lainnya. Bahkan masalah pribadinya, seperti masalah keluarga, masalah percintaan, mereka selalu ingin tampil sempurna di *TIK-TOK* agar menarik perhatian followersnya dan agar postingannya lebih disukai. agar terlihat bagus dan menarik. hal lain yang dilakukan adalah berbagi tentang berbagai macam hal apapun untuk konsumsi nilai edukasi dan lawan bicaranya, bagi dia hal

yang bersifat umum layak untuk dibagi pada media sosial seperti kegiatannya saat menjadi MC atau saat kuliah dan berbagai kegiatan lainnya sehingga membentuk image positif dan memotivasi orang lain, memposting hal-hal yang menurut dia wajar untuk di post. Misal dia memposting kegiatannya saat touring kemana saja, karena baginya itu adalah kebanggaan tersendiri. ingin membentuk image positif dan dia ingin dari postingan dirinya agar orang-orang bisa tahu bagaimana dirinya tanpa harus kenal dan bertemu langsung dan juga ada lebih suka dikenal akan karyanya.

Sesuai dengan ungkapan Erving Goffman bahwa ada empat unsur penting dalam teori dramaturgi yaitu panggung depan, panggung belakang, penonton, dan pengelolaan pesan.

Dalam panggung depan yang dimaksud penulis adalah interaksi yang dilakukan oleh orang-orang yang aktif menggunakan media sosial khususnya Tik-Tok karena aplikasi ini sedang banyak diminati di kalangan remaja hingga orangtua dengan menunjukkan postingan-postingan yang dapat meningkatkan status sosial dan membangun citra positif untuk mendapat perhatian dari followersnya, sedangkan panggung belakang yang dimaksud adalah persiapan yang dilakukan oleh sang artis untuk menghasilkan konten video yang sempurna, penonton yang dimaksud adalah pengguna Tik-Tok lainnya yang melihat dan menyukai postingan tersebut, dan pengolahan pesan yang dilakukan tujuan yang ingin di capai oleh sang artis Tik-Tok misalnya, mengunggah kata-kata bijak untuk menunjukkan bahwa ia adalah seseorang yang bijaksana, memposting barang-barang branded agar masyarakat menganggap bahwa ia memiliki status sosial yang tinggi dan sebagainya.

Dibalik postingan itu semua bahwa dapat di analisis tidak semua yang di tampilkan itu adalah sesuai dengan realita yang sebenarnya.

## 2. Tik-tok Sebagai New Media menurut Teori Agenda Setting

Kajian New Media mengamati tentang perkembangan teknologi telematika agar dapat memberi pencerahan kepada masyarakat terutama tentang persoalan feel media masa, dampak media massa terhadap sikap, perilaku, system social, system budaya dan lingkungan yang lebih luas

Teori *uses and gratification* ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi di dalam melihat media. Artinya, manusia itu punya otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. (Nurudin, 2014, hlm. 181)

Model *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. (Onong Uchjana, 2019, hlm. 290)

Platform media Tik-Tok baru-baru ini menjadi salah satu platform favorit media dengan pengguna dan pengunjung terbanyak diseluruh dunia. Media Tik-Tok hadir di tengah masyarakat yang oleh sebagian orang di anggap sebagai kebutuhan baik kebutuhan hiburan, juga sebagai kreatifitas promotion.

New Media memang menjadi terobosan dalam era disrupsi untuk membantu efektivitas kegiatan manusia. Sosial media Tik-Tok juga sangat membantu dalam berbagai macam bidang. terlepas dari kebutuhan ataupun keinginan konsumen

Selain itu, aplikasi ini juga dapat memberikan ruang pada siapa saja yang ingin berkreasi dalam mengekspresikan diri atau mengembangkan kreatifitas.

video sebagai penetralisir stres dan beban pikiran. Paduan musik yang menyenangkan dapat mengubah suasana hati. Berdasarkan studi literasi dari jurnal *Psychological Science*—gerak meregangkan tubuh dapat mengurangi rasa lelah dan memperkuat diri—gerak yang dilakukan saat bermain Tik-Tok dapat mengalihkan rasa lelah kita. Dengan demikian tingkat stres dapat berkurang.

## Pembahasan

### 1. Media Sosial sebagai New Media

Perkembangan teknologi komunikasi belakangan ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat dan kemunculan *new media* merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang baru dan digital. Dalam praktek komunikasi, baik yang dilakukan oleh individu, kelompok, organisasi maupun negara; telah banyak memanfaatkan *new media* sebagai salah satu alat untuk mendukung proses komunikasi. Sama halnya dengan media cetak dan media elektronik, *new media* pun memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada target komunikasi (*audiens*). (Abrar & Dermawan, 2003, hlm. 13–14)

Hingga saat ini masih belum ada kerangka teori yang mempelajari secara khusus dan jelas apakah itu *new media*. Akan tetapi, penulis akan menjelaskan pengertian *new media* secara umum dan mewakili semaksimal mungkin karakteristik dari *new media*. Mungkin hal yang dipertanyakan disini adalah media seperti apa yang dikategorikan sebagai *new media*, yang pada akhirnya dapat membedakannya dengan media lainnya.

Media adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepada penerima informasi. Manfaat media adalah memudahkan seseorang untuk memperoleh sesuatu yang di cari yang biasanya kita cari langsung dari tempatnya kini sudah tidak begitu lagi, kita bisa memesan barang melalui fasilitas internet ataupun menghubungi *customer service*. dan juga bagi mahasiswa dan pelajar adalah penyampaian materi pembelajaran dapat diseragamkan, proses pembelajaran menjadi lebih jelas dan menarik, proses pembelajaran menjadi lebih interaktif, efisiensi dalam waktu dan tenaga, meningkatkan kualitas hasil belajar siswa, memungkinkan proses belajar dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, menumbuhkan sikap positif siswa terhadap materi dan proses belajar serta mengubah peran guru ke arah yang lebih positif dan produktif. Baru adalah sesuatu yang dapat menciptakan inovasi, ataupun perubahan yang dapat melahirkan sesuatu yang sangat diinginkan orang. (Setiawan, 2013, hlm. 359)

Ron Rice sebagaimana dikutip oleh Rudi Setiawan mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik *mainframe*, PC maupun notebook) yang memfasilitasi penggunaannya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkannya. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh dapat Internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas. (Setiawan, 2013, hlm. 361)

Kekuatan *new media* adalah teknologi komunikasi yang melibatkan komputer, agar mempermudah dan mempercepat mendapatkan informasi dari internet serta karakteristiknya yang mudah di akses yaitu mudah di gunakan dimana saja tanpa melalui komputer namun sekarang bisa melalui handphone smartphone, android, tablet. Serta bersifat jaringan yaitu koneksi antar jaringan

yang melibatkan keinternet dengan adanya aplikasi-aplikasi yang menghubungkan koneksi internet dan sangat interaktif karena didalam media baru tidak hanya mendengar dan melihat video dan suara, tetapi juga memberikan respon yang aktif dan respon itu yang menentukan kecepatan dan frekuensi penyajian. Media interaktif memiliki unsur *audio-visual* (termasuk animasi) dan disebut interaktif karena media ini dirancang dengan melibatkan respon pemakai secara aktif. (Setiawan, 2013, hlm. 362)

## 2. Kelebihan dan Kekurangan Media Baru

Setiap produk yang dihasilkan tentu mempunyai kelebihan dan kekurangannya, begitu juga dengan media baru. Media baru (*New Media*) memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses dimana saja dan kapan saja.
- b. Sebagai Media transaksi jual beli.
- c. Sebagai media hiburan contohnya game online, jejaring social, streaming video, dll.
- d. Sebagai media komunikasi yang efisien. Kita dapat berkomunikasi dengan orang yang berada jauh sekalipun, bahkan bertatap muka dengan video conference.

Berikut disampaikan juga beberapa kekurangan dari media baru (*New Media*), menurut Rudi Setiawan terdapat beberapa kekurangan dari media baru yaitu:

- a. Terbukanya informasi menimbulkan kemungkinan pencurian data pribadi. Hal ini biasa dilakukan hacker dengan tujuan-tujuan tertentu
- b. Virus. Terbukanya arus informasi dan komunikasi juga dapat membawa virus yang berkedok aplikasi dengan mudah menyebar.
- c. Rasa ketagihan berlebihan, contohnya pada saat bermain game online atau jejaring sosial. (Setiawan, 2013, hlm. 362–363)

Istilah media baru sampai sekarang masih menimbulkan perdebatan di kalangan ilmuwan. Media baru muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, satelit, teknologi *optic fiber* dan komputer. Dengan media seperti ini, pengguna bisa secara interaktif membuat pilihan menyediakan respon produk media beragam. (Kurmia, 2005, hlm. 292) Kehadiran media baru dengan segala bentuk dan fungsinya ini tentu saja tidak begitu saja menggeser media lama atau tradisional yang sampai sekarang masih dibutuhkan oleh masyarakat untuk menjadi sumber informasi sesuai dengan karakteristik masing-masing. (Kurmia, 2005, hlm. 293–294)

Namun demikian kehadiran media baru tentu mempengaruhi terhadap pengguna media lama dari segi penggunaannya secara individual. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh McQuil sebagaimana dikutip oleh Novi Kurnia yang mengatakan bahwa "melalui tingkat interaktif penggunaan media yang diindikasikan oleh rasio respon penggunaan terhadap pengirim pesan, tingkat sosialisasi pengguna dimana media baru lebih bersifat individual dan bukan bersifat interaksi sosial secara langsung, tingkat kebebasan dalam penggunaan media, tingkat kesenangan dan menariknya media yang digunakan sesuai dengan keinginan serta privasi yang tinggi untuk pengguna media baru. (Kurmia, 2005, hlm. 294)

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa kehadiran media baru tidak serta merta menghilangkan media lama seperti radio, namun dengan kehadiran media baru mengurangi penggunaan media lama, karena media baru lebih mudah digunakan secara individual dan memiliki daya tarik tersendiri bagi pengguna media baru sehingga meninggalkan dari menggunakan media lama.

Ada beberapa hal yang membuat masyarakat lebih memilih media baru yaitu Tik-Tok dibandingkan dengan media lama, diantaranya:

**a. Mudah di Akses**

Perkembangan zaman yang modern serta teknologi yang canggih bahwa dalam mengakses internet tidaklah sulit dengan kemudahan- kemudahan yang diciptakan dari handphone yang dilengkapi dengan aplikasi – aplikasi serta software yang ada untuk layanan internet secara baik untuk memudahkan kita dalam mengakses internet. Begitu juga halnya dengan Tik-Tok Ketika telephone selular berkembang menjadi media konvergensi akan semakin mempermudah komunikasi virtual antar individu, antar masyarakat bangsa di dunia global. Artinya sekarang ini orang bisa mendapatkan informasi dari berbagai media yang dikemas pada sebuah telephone selular yang sangat praktis dan efisien itu.(Suwanto, 2004, hlm. 69) Akses internet tidak perlu waktu khusus, tempat khusus, ataupun ruangan khusus. Seseorang pekerja juga bisa menyisihkan waktunya dimana saja pada malam hari atau hari libur untuk mencari informasi–informasi atau melihat video-video yang ada di youtube. Internet, jaringan yang terjalin bersifat global tanpa mengenal ruang, waktu, dan birokrasi, dimana akses data dan informasi melampaui batas-batas negara dan protokol.

**b. Bersifat Jaringan**

Jaringan internet adalah jaringan komputer yang bisa dikategorikan sebagai WAN (*Wide Area Network*), menghubungkan berjuta komputer di seluruh dunia, tanpa batas negara, dimana setiap orang yang memiliki komputer dapat bergabung ke dalam jaringan ini hanya dengan melakukan koneksi ke penyedia layanan internet (*Internet Service Provider/ISP*).(West & Turner, 2013, hlm. 196) Internet dapat diterjemahkan sebagai international networking (jaringan internasional), karena menghubungkan komputer secara internasional, atau sebagai internet working (jaringan antar jaringan) karena menghubungkan berjuta jaringan di seluruh dunia. Jaringan ini lebih bersifat maya (tidak nyata) karena menggunakan perantara berupa seperangkat komputer.

**c. Interaktif**

Menurut beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, interaksi adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih, dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan peran secara aktif. Dalam interaksi juga lebih dari sekedar terjadi hubungan antara pihak-pihak yang terlibat melainkan terjadi saling mempengaruhi. Media interaktif merupakan sistem media penyampaian yang menyajikan materi video rekaman dengan pengendalian komputer kepada penonton (mahasiswa) yang tidak hanya mendengar dan melihat video dan suara, tetapi juga memberikan respon yang aktif dan respon itu yang menentukan kecepatan dan frekuensi penyajian.(Ichwan, 2002, hlm. 47) Media interaktif memiliki unsur audio-visual (termasuk animasi) dan disebut interaktif karena media ini dirancang dengan melibatkan respon pemakai secara aktif. Selain itu menurut Hasil dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa media interaktif adalah alat perantara yang dirancang dengan pemanfaatan komputer menggunakan unsur seperti suara (audio), gambar (visual) dan teks untuk menyampaikan suatu pesan.

**3. Tik-Tok Dalam Media Sosial**

Menurut Wikipedia menjelaskan Tik-Tok merupakan aplikasi jejaring sosial dan video musik asal China yang dikembangkan oleh pengembang Toutiao. Aplikasi tersebut memperbolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Aplikasi ini pertama kali dirilis pada September 2016 dan berjalan di platform iOS dan Android.(Miftachul Taubah & Muhammad Nur Hadi, 2020, hlm. 57)

Aplikasi tersebut memberikan akses penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi dan membuat konten menarik mereka sendiri. Dalam Tik-Tok terdapat 5 jenis konten Tik-Tok yaitu (1) Konten hiburan, (2) Konten Edukasi, (3) Konten memasak, (4) Konten Haul, (5) Konten tutorial. saat ini aplikasi Tik-Tok tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga bisa digunakan sebagai media edukasi salah satunya edukasi mengenai penyusunan tugas akhir/skripsi pada tingkat sarjana, ada banyak content creator yang menyajikan konten pengetahuan seputar penulisan tugas akhir. (Rahmana dkk., 2022, hlm. 403)

Pada tahun 2017, Byte Dance memutuskan untuk mengembangkan Tik-Tok ke pasar global dan meluncurkan aplikasi Tik-Tok yang diperuntukkan bagi pengguna di luar Tiongkok. Dalam waktu singkat, Tik-Tok menjadi sangat populer di seluruh dunia, terutama di kalangan pengguna muda. Tik-Tok menawarkan format video pendek yang mudah diakses, dengan berbagai jenis konten yang menghibur dan menarik, dari tarian dan lipsync hingga tutorial. (Hidayat, 2023)

Aplikasi Tik-Tok sebagai aplikasi berbentuk video pendek yang mempunyai berbagai macam iringan music sebagai pemakai bisa menggunakan performanya dengan berbagai macam gaya dan model yang menarik, sebagai akibatnya pendorong kreativitas pemakai sebagai content creator. Maka dari itu Tik-Tok juga memiliki kelebihan, sebagai berikut: (1) Membuat video lebih mudah (2) Banyak efek dan filter (3) Tersedia music dalam aplikasi (4) Menyimpan video bisa langsung dari aplikasi (5) Banyak tantangan baru (6) Fitur for your page. (Miftachul Taubah & Muhammad Nur Hadi, 2020, hlm. 58)

Tik-Tok merupakan bagian dari media sosial yang membawa dampak positif dan negatif. Adapun dampak positif dari media sosial yaitu memudahkan untuk saling tukar menukar informasi dan mudah untuk mendapatkan literatur online. Disamping dampak positif, media sosial juga membawa dampak negatif, yaitu dapat menimbulkan kecanduan terhadap penggunaan media sosial sehingga hal ini dapat merubah cara berpikir serta perilaku seseorang. (Rahmana dkk., 2022, hlm. 404)

Menurut Angelita Putri Siman menjelaskan walaupun media Tik-Tok merupakan media untuk hiburan, akan tetapi memiliki dampak dari media Tik-Tok tersebut. Adapun dampak positif dari penggunaan aplikasi Tik-Tok, yaitu:

- a. Banyaknya edukasi baru dan luas yang didapatkan. Dengan menggunakan aplikasi Tik-Tok, setiap orangnya dapat banyak belajar hal baru dari konten yang berasal dari video pendek dan teks yang ditampilkan, sehingga orang yang malas untuk membaca teks panjang akan lebih tertarik untuk menyimak karena tampilan di Tik-Tok yang menarik dan ringkas.
- b. Tubuh menjadi banyak gerak. Aplikasi Tik-Tok yang kebanyakan kontennya adalah menari dan joget dengan iringan lagu, hal ini mengiringi setiap orang yang hanya dirumah selama masa pandemi menjadi rajin bergerak dan dapat menjadi media hiburan dan penghilang stress.
- c. Berkembangnya inovasi, pengetahuan, dan *skill*. Dalam pembuatan sebuah konten agar menarik dan banyak dilihat, dibutuhkan semangat kreatifitas dan inovasi yang dilatih dengan mempelajari dan mengembangkan *skill*. Hal ini dapat meningkatkan beragam *skill* dan inovasi. Saat ini setiap orangnya mulai berani untuk menunjukkan kemampuannya didalam konten Tik-Tok.
- d. Timbulnya semangat berkompetisi dan tampil didepan umum. Konten *challenge* yang ditampilkan membuat setiap orang ingin menampilkan hal yang terbaik untuk dilihat oleh khalayak luas. Hal ini menjadikan setiap orang akan berlomba-lomba menampilkan yang terbaik dalam segala hal.

- e. Menambah teman dan penghasilan. Viralnya konten Tik-Tok yang dikerjakan akan berdampak kepada kehidupan sosial dan ekonomi yang dihasilkan, seperti bertambahnya teman akan menambah hubungan relasi setiap orang dan komunitas serta adanya penghasilan yang diperoleh dapat digunakan untuk pemenuhan kehidupan sehari-hari. (Siman, 2020)

Meskipun media Tik-Tok memiliki dampak positif, tidak dapat dipungkiri Tik-Tok juga memiliki dampak negatif di antaranya:

- a. Adanya pemborosan waktu. Maraknya penggunaan Tik-Tok dapat mempengaruhi manajemen waktu oleh setiap orangnya bila tidak diatur secara baik. Banyak diantaranya terlalu berfokus kepada melihat dan membuat FYP atau konten yang selalu muncul di Tik-Tok, tanpa memperhitungkan dan akan membuang waktu. Sehingga pekerjaan yang seharusnya dikerjakan menjadi tertunda.
- b. Timbulnya hoax. Gaya bercerita dan informasi yang dibagikan setiap individu dalam aplikasi ini dapat dengan mudah menimbulkan hoax karena belum jelas sumber dan keabsahannya yang berakibat banyaknya informasi belum diketahui kebenarannya.
- c. Pemicu perbandingan kehidupan sosial dan ekonomi di masyarakat. Adanya konten yang memperlihatkan perbedaan kehidupan sosial dan ekonomi menjadikan Tik-Tok sebagai media untuk eksis dan memperlihatkan perbedaan status di masyarakat, yang dapat menimbulkan kecemburuan sosial kepada beberapa orang.
- d. Aplikasi yang belum ramah kepada kalangan anak dibawah umur. Konten yang beraneka ragam dan pengguna aplikasi Tik-Tok dari berbagai kalangan, tidak terkecuali anak kecil, menimbulkan potensi kepada anak kecil untuk melihat konten vulgar dan berbau hedonisme di Tik-Tok secara bebas yang belum sesuai dengan umur
- e. Menjadi sebuah media *bullying* dan sarkasme. Banyak konten di Tik-Tok menyajikan orang-orang yang saling berbalas kata-kata sarkasme untuk menunjukkan rasa tidak suka kepada orang lain. Hal ini dapat menyebabkan penggunaan kata yang tidak baik, dapat di contoh oleh banyak orang dan timbulnya *bullying* di masyarakat yang menganggapnya menjadi hal yang biasa. (Siman, 2020)

Tik-Tok merupakan salah satu media sosial yang sedang menjadi trend akhir-akhir ini di kalangan milenial, khususnya bagi kaum wanita. Tik-Tok adalah aplikasi yang memberikan efek khusus dan menarik bagi pengguna, aplikasi ini dapat dengan mudah digunakan dengan membuat video pendek yang dapat menarik perhatian banyak orang. plikasi Tik-Tok ini juga membuat penggunaanya lebih mudah terkenal dan dikenal. Adanya media sosial Tik-Tok memberikan banyak sekali peluang bagi para penggunaanya untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya. mereka bisa menggunakan Tik-Tok sebagai tempat untuk menunjukkan eksistensi dirinya dalam masyarakat. Bentuk eksistensi diri tersebut dapat berupa skil-skil yang dimiliki tersebut mera unggah di akun Tik-Tok nya untuk disaksikan atau ditayangkan oleh khalayak publik. (Amelia dkk., 2022, hlm. 160–161)

Adanya media Tik-Tok menjadi sasaran bagi masyarakat Indonesia khususnya perempuan milenial untuk mendapatkan suatu eksistensi dengan membuat konten apapun sehingga dapat dilihat bahwa adanya suatu hiperealitas yang tercipta dari sebuah pencarian eksistensi diaplikasi Tik-Tok. Seiring perkembangan waktu banyak yang memilih aplikasi Tik-Tok sebagai ajang pencarian eksistensi diri mereka dikarenakan Tik-Tok dapat melakukan berbagai macam cara untuk memperlihatkan potensi serta kelebihan mereka. (Amelia dkk., 2022, hlm. 163)

Melihat fenomena yang terjadi dapat kita lihat bahwa mahasiswi menjadikan Tik-Tok sebagai ajang eksistensi dirinya. Mahasiswi mencari ruang lain untuk menunjukkan sebuah citra dirinya sehingga menjadikan Tik-Tok tersebut sebagai ruang untuk mengekspresikan semua unek-unek ataupun keterampilan. Terdapat banyak sekali mahasiswa yang dimana kehidupan didunia nyata dan didunia mayanya sangat berbeda. Dalam kehidupan dunia nyata mereka tidak mampu atau gagal mengekspresikan serta tidak percaya diri dalam menunjukkan eksistensi dirinya. Oleh karena itu mereka menjadikan Tik-Tok itu sebagai ruang agar dikenal dan disaksikan oleh khalayak umum.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari analisis teori dramaturgi Erving Goffman dan perspektif new media, platform ini berfungsi sebagai panggung virtual yang memungkinkan pengguna untuk aktif berpartisipasi dalam pertunjukan identitas diri. Pengguna Tik-Tok berusaha memainkan peran yang berbeda di setiap unggahan video, tergantung pada situasi yang dihadapi. Pengelolaan pesan dan citra diri dilakukan dengan tujuan membangun identitas sosial yang mengundang simpati dan pengaruh dalam interaksi di masyarakat maya. Melalui teori dramaturgi, kita dapat memahami bahwa setiap pengguna TikTok adalah seorang "aktor" yang secara cermat memainkan peran mereka untuk menciptakan citra diri yang diinginkan, dengan "*front stage*" yang menampilkan versi terbaik dari diri mereka. Sementara itu, konsep new media menyoroti bahwa Tik-Tok memberikan sarana interaktif yang unik, di mana pengguna tidak hanya menyajikan konten, tetapi juga berinteraksi langsung dengan audiens mereka. Dianggap sebagai new media karena memberikan dampak besar dalam menyampaikan informasi dan mengubah perilaku masyarakat. Teori *uses and gratification* digunakan untuk memahami bahwa pengguna Tik-Tok memiliki kebebasan dalam memanfaatkan media ini sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pribadi mereka. Namun, analisis juga menunjukkan potensi adanya ketegangan antara peran online dan realitas, mencerminkan kompleksitas dalam konstruksi identitas di era digital. Tik-Tok sebagai platform media membantu efektivitas kegiatan manusia, termasuk memberikan ruang ekspresi dan kreativitas bagi penggunanya. Dengan demikian, TikTok bukan hanya sekadar medium kreatif, tetapi juga refleksi dari bagaimana individu secara aktif dan strategis mengelola pertunjukan diri mereka di panggung virtual new media.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N., & Dermawan, A. (2003). *Teknologi komunikasi: Perspektif ilmu komunikasi*. Lembaga Studi Filsafat Indonesia (Lesfi).
- Amelia, R., Agustang, A., & Putra Agustang, A. D. M. (2022). Perempuan Dan Tiktok: Studi Tentang Eksistensi Diri Dan Tubuh Sebagai Konsumsi Publik Perempuan Milenial Mahasiswa FIS-H Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(3), 159. <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i3.37108>
- Citra, A. (2022). *Analisis Kontrol Diri Dalam Perilaku Konsumtif Dan Aktivitas Media Penggemar NCT (NCTzen)* [Skripsi, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/40566/18321163.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Cut Raudhatul Zahbi. (2023). *Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Pemberitaan Konten Eksploitasi Kemiskinan pada Media Online Era.id* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah]. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73468/1/CUT\\_RAUDHATUL\\_ZAHBI-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73468/1/CUT_RAUDHATUL_ZAHBI-FDK.pdf)

- Hidayat, D. R. (2023, Maret). *Mengenal Lebih Dekat: Asal-usul dan Sejarah TikTok*. Tredmedia.com. <https://www.tredmedia.com/kisah/8238099688/mengenal-lebih-dekat-asal-usul-dan-sejarah-tiktok?page=2>
- Ichwan, A. (2002). *Radio Komunitas Dibayang-bayangi Sweeping*. Kompas.
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291–296. <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Mancini, M. C. (2009). Metabolic syndrome in children and adolescents - criteria for diagnosis. *Diabetology & Metabolic Syndrome*, 1(1), 20. <https://doi.org/10.1186/1758-5996-1-20>
- Miftachul Taubah, & Muhammad Nur Hadi. (2020). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam. *Jurnal Mu'allim*, 2(1), 57–65. <https://doi.org/10.35891/muallim.v2i1.2201>
- Nurudin. (2014). *Pengantar Kominikasi Massa*. Rineka Cipta.
- Oktariani, D. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Seni Tari Tradisi Nusantara Pada Remaja. *Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Humaniora*, 13(2), 907. <https://doi.org/10.26418/j-psh.v13i2.64172>
- Onong Uchjana, E. (2019). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Dalam *Komunikasi dalam sebuah organisasi*.
- Pebriani, D. (2021). *Citra Diri dan Media Sosial: Kajian Teori Dramaturgi Tentang Tindakan Mahasiswa Dalam Menggunakan Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa FISIP USU)* [Universitas Sumatera Utara]. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/44866>
- Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DI ERA GENERASI Z. *Akademika*, 11(02), 401–410. <https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>
- Setiawan, R. (2013). Kekuatan New Media Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 1(2). <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=762>
- Siman, A. P. (2020, Oktober). *Kamu Pengguna Tiktok, Yuk Lihat Dampak Penggunaannya*. Kumparan.com. <https://kumparan.com/angelistasiman/kamu-pengguna-tiktok-yuk-lihat-dampak-penggunaannya-1uTKqmWHPch/full>
- Soekanto, S. (2009). Peranan Sosiologi Suatu Pengantar. Dalam *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar, Edisi Baru, Rajawali Pers, Jakarta*.
- Suwarto. (2004). Tanggapan Masyarakat Terhadap Radio Komunitas “Angkringan” (Studi di Desa Timbul Raharjo Ke. Sewon Kab, Bantul). *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*, 12.
- Wagiyo, B. O., Wahyono, E., & Zubaidah, I. (2014). *Teori Sosiologi Modern* (2 ed.). Universitas Terbuka.
- West, R., & Turner, L. H. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Salemba Humanika. [http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show\\_detail&id=6889](http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show_detail&id=6889)
- Wuwungam, K. E., Himpung, M. D., & Lotulung, L. J. H. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Edukasi Bagi Mahasiswa. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 4(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/40129>