

ABSTRAK

Agung Nursalam, 1228030008, (2026): Fenomena Posting Ulang dalam Merepresentasikan Makna Bagi Pengguna TikTok (Penelitian pada Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung)

Fitur posting ulang atau *repost* adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk membagikan kembali video orang lain ke feed pengikut mereka tanpa harus mengunduh dan mengunggah video tersebut. TikTok berkembang pesat menjadi media sosial paling populer di kalangan generasi muda Indonesia, termasuk mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Salah satu fitur yang paling sering digunakan adalah posting ulang atau *repost*. Aktivitas ini dianggap lebih dari sekadar berbagi konten, karena banyak pihak menilai bahwa konten yang dipilih seseorang untuk diposting ulang dapat mencerminkan kepribadian, suasana hati, bahkan kondisi psikologisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku posting ulang yang terbentuk di kalangan mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai pengguna media TikTok, mengidentifikasi bentuk-bentuk konten yang sering diposting ulang, serta memahami bagaimana posting ulang dapat merepresentasikan makna bagi para penggunanya.

Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman digunakan sebagai kerangka analisis. Teori ini memandang setiap individu sebagai aktor yang mengelola kesan di hadapan orang lain melalui dua panggung, yaitu *front stage* (panggung depan) sebagai ruang publik yang ditampilkan, dan *back stage* (panggung belakang) sebagai ruang pribadi yang tersembunyi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk menganalisis fenomena sosial yang berkembang di suatu masyarakat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku posting ulang terbentuk karena tingginya intensitas penggunaan TikTok, kemudahan fitur, serta dorongan untuk tidak ketinggalan informasi dan tren. Jenis konten yang paling sering diposting ulang meliputi konten hiburan, quotes atau kutipan motivasi, konten edukasi, serta konten politik, isu sosial, dan konten kebijakan publik. Aktivitas posting ulang tidak sepenuhnya mencerminkan diri pengguna, melainkan juga merupakan strategi pengelolaan kesan. Di panggung depan, mahasiswa membangun citra diri yang ingin ditampilkan kepada publik. Di panggung belakang, tersimpan makna personal seperti ekspresi perasaan, kebutuhan pengakuan sosial, dan konstruksi identitas digital. Kesimpulannya, posting ulang telah berkembang menjadi bentuk komunikasi simbolik yang sarat makna sosial, emosional, dan identitas bagi mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Kata Kunci: Posting Ulang, Representasi, Makna, TikTok