

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Aplikasi TikTok telah menjadi fenomena media sosial dengan pertumbuhan pengguna tercepat mencapai lebih dari 1 miliar pengguna aktif global. Di Indonesia, media ini sangat populer terutama di kalangan generasi muda yang menjadikannya sebagai sumber hiburan dan informasi utama (Febriyanti et al., 2024). TikTok menawarkan berbagai manfaat seperti kreativitas dalam pembuatan konten, hiburan yang mudah diakses, edukasi melalui konten edukatif singkat, dan peluang ekonomi bagi UMKM melalui video berdurasi pendek yang mudah dikonsumsi. Keunikan algoritma “*For You Page*” mampu menyajikan konten yang sangat personal dan relevan, menjadikan pengalaman setiap pengguna unik dan *engaging*. Media ini juga telah memberdayakan banyak *content creator* dan pelaku usaha untuk menjangkau peminat yang lebih luas, bahkan viral secara global (N. Y. Sari & Kusumawijayanti, 2024). Kemudahan dalam membuat dan mengonsumsi konten membuat TikTok tidak hanya sekadar aplikasi hiburan, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup digital generasi muda, mempengaruhi cara mereka berkomunikasi, mengekspresikan diri dan bahkan membentuk identitas sosial mereka di dunia maya.

Tampaknya TikTok menjadi salah satu media yang paling banyak diminati. Namun popularitasnya juga membawa sejumlah dampak negatif yang perlu diperhatikan (Azizah, 2023). Meski konten-konten di TikTok sangat menarik dan mudah diakses, media ini sering kali memicu kecanduan digital, terutama di kalangan remaja yang sulit mengatur waktu penggunaan. Selain itu, algoritma yang menampilkan konten secara personal juga berpotensi memperkuat *filter bubble*, sehingga pengguna hanya terpapar pada jenis konten tertentu dan mengurangi keberagaman informasi. Konten yang tidak selalu terverifikasi kebenarannya juga dapat menyebarkan hoaks atau informasi menyesatkan dengan cepat. Tidak kalah penting adalah risiko paparan terhadap konten yang kurang pantas atau berbahaya, yang dapat memengaruhi psikologis dan perkembangan sosial pengguna muda. Oleh karena itu,

meskipun TikTok memberikan banyak manfaat, kesadaran dan pengelolaan penggunaan media ini sangat diperlukan agar dampak negatifnya dapat diminimalkan.

Di balik kekurangan adanya media TikTok ada juga kelebihan yang membuatnya sangat populer di zaman ini. Salah satu keunggulan TikTok yaitu memiliki fitur-fitur yang mudah digunakan untuk membuat video kreatif, seperti berbagai efek dan alat edit yang sederhana sehingga semua orang bisa membuat konten menarik tanpa harus ahli (Febriyanti et al., 2024). Selain sebagai tempat hiburan, TikTok juga menyediakan banyak video edukasi singkat yang membantu pengguna belajar hal baru dengan cepat. TikTok juga memberi peluang ekonomi bagi pelaku usaha kecil dan *content creator* untuk mempromosikan produk atau karya mereka kepada banyak orang. Fitur seperti siaran langsung dan toko *online* membuat pengguna bisa berjualan langsung lewat aplikasi ini. Jadi, walaupun ada tantangan, TikTok tetap menjadi media sosial yang sangat bermanfaat dan digemari banyak orang.

Salah satu fitur yang paling sering digunakan di TikTok yaitu fitur posting ulang atau *repost*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan kembali video yang mereka sukai atau yang dianggap penting kepada teman-teman dan pengikutnya dengan mudah. Dengan cara ini, konten yang menarik, sedih, lucu, atau juga yang bermanfaat bisa tersebar lebih luas dan menjangkau lebih banyak orang di media tersebut. Posting ulang juga membantu pengguna menunjukkan kepada orang lain tentang apa yang mereka sukai atau apa yang sedang tren saat ini, sehingga membuat interaksi di TikTok menjadi lebih seru, hidup, dan menyenangkan. Selain itu, fitur ini sangat memudahkan pengguna karena mereka bisa berbagi informasi atau hiburan tanpa harus repot membuat video baru sendiri, jadi prosesnya jauh lebih praktis, cepat, dan hemat waktu (Khasanah et al., 2019). Dengan adanya fitur posting ulang, pengguna dapat lebih aktif berpartisipasi dalam komunitas TikTok, ikut menyebarkan pesan positif, informasi berguna, atau sekadar menghibur orang lain. Fitur posting ulang benar-benar menjadi cara yang efektif untuk memperkuat komunikasi, membangun koneksi, dan berbagi pengalaman menarik di TikTok.

Walaupun fitur posting ulang di TikTok memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk berbagi video secara cepat dan praktis, ternyata bagi mahasiswa, aktivitas ini memiliki makna yang lebih dalam dibanding sekadar membagikan ulang sebuah konten. Banyak di antara mereka beranggapan bahwa setiap tindakan *repost* bukan hanya sekadar aktivitas berbagi hiburan, tetapi juga mencerminkan kepribadian, suasana hati, dan bahkan kondisi psikologis seseorang pada saat itu. Dengan kata lain, konten yang dipilih untuk diposting ulang sering dianggap sebagai representasi makna keadaan diri mahasiswa tersebut. Misalnya, ketika seseorang memposting ulang video lucu, hal itu tidak hanya menunjukkan keinginan untuk menghibur orang lain, tetapi juga dapat menandakan bahwa dirinya sedang berada dalam suasana hati yang gembira atau ingin menularkan kebahagiaan. Sebaliknya, ketika mahasiswa memposting ulang video berisi motivasi atau renungan, hal itu dapat diartikan bahwa ia sedang mencari kekuatan, inspirasi, atau tengah mengalami masa refleksi diri. Fenomena ini menunjukkan bahwa tindakan posting ulang di kalangan mahasiswa tidak lagi bersifat netral atau tanpa makna, melainkan telah menjadi bagian dari proses ekspresi diri dan konstruksi identitas digital. Mereka mulai menyadari bahwa apa pun yang dibagikan di media sosial, termasuk video hasil *repost*, dapat memengaruhi cara orang lain memandang diri mereka. Oleh karena itu, banyak mahasiswa yang kini lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih konten yang akan mereka bagikan ulang, karena setiap *repost* dianggap dapat menjadi cerminan nilai, selera, serta citra diri yang ingin mereka tampilkan di ruang digital. Situasi ini kemudian menciptakan dilema tersendiri, terutama bagi mereka yang ingin tetap aktif di media sosial namun juga ingin menjaga citra pribadi atau kesan tertentu di mata publik. Dengan demikian, kebiasaan posting ulang di TikTok bagi mahasiswa tidak hanya menjadi aktivitas digital semata, tetapi juga merupakan bentuk komunikasi simbolik yang sarat makna sosial dan emosional.

Fenomena posting ulang membuat orang beranggapan bahwa video yang dibagikan ulang oleh seseorang bisa mencerminkan sikap, perasaan, atau

masalah yang sedang dihadapinya atau merepresentasikan keadaan seseorang. Sehingga muncul penilaian-penilaian tertentu, misalnya makna yang disadari atau dirasakan seseorang bisa direpresentasikan melalui posting ulang. Pandangan seperti ini kadang membuat mahasiswa merasa tertekan karena video yang mereka posting ulang dianggap langsung menunjukkan jati diri dan keadaan mereka, padahal mereka cuma ingin berbagi atau mengikuti tren saja. Mereka jadi lebih berhati-hati dan sering berpikir panjang sebelum melakukan posting ulang. Bahkan ada yang memilih untuk tidak memposting ulang sama sekali karena takut disalahpahami oleh teman-teman atau orang lain. Kekhawatiran ini membuat pengalaman menggunakan TikTok menjadi kurang menyenangkan dan lebih membebani pikiran (Wulandari, 2022). Situasi ini membuat interaksi di TikTok jadi lebih rumit, karena fitur posting ulang yang tadinya dibuat untuk mempermudah komunikasi dan menghubungkan orang, sekarang malah bisa menimbulkan penilaian dan cap-cap tertentu yang belum tentu sesuai dengan kenyataannya.

Fenomena dan masalah tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan perspektif teori Dramaturgi Erving Goffman, penelitian ini akan mengkaji bagaimana Mahasiswa melakukan representasi diri melalui posting ulang di depan layar (*Front Stage*). Konsep *Front Stage* menurut Goffman adalah situasi sosial di mana seseorang menampilkan dirinya kepada orang lain, seperti aktor yang sedang berakting di atas panggung dengan menunjukkan peran tertentu yang ingin dilihat oleh penonton (Hastuti et al., 2018). Di sisi lain mereka menampilkan citra tertentu kepada audiens di TikTok, sekaligus mengeksplorasi motif dan pertimbangan di balik layar (*Back Stage*) yang mempengaruhi pemilihan konten untuk diposting ulang oleh mahasiswa, seperti konten edukatif, hiburan, dakwah, maupun isu-isu sosial, serta bagaimana pilihan konten tersebut mencerminkan strategi pengelolaan kesan dan representasi identitas yang ingin ditampilkan di ruang publik digital. Konsep *Back Stage* menurut Goffman adalah ruang pribadi di mana seseorang tidak perlu berpura-pura atau menjaga penampilan, melainkan dapat menunjukkan diri mereka yang sebenarnya tanpa perlu khawatir dinilai oleh orang lain (Hastuti et al., 2018). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

gambaran secara menyeluruh mengenai fenomena posting ulang sebagai bentuk pertunjukan sosial dan representasi makna di kalangan Mahasiswa di media TikTok.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai fenomena unik yang terjadi di media sosial. Seperti konten-konten yang viral di media sosial, fenomena *posting meme*, pengelolaan kesan seorang konten kreator, dan masih banyak lagi. Perbedaan atau *Gap* antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan kali ini, ada pada fokus kajian yang membahas mengenai fenomena posting ulang yang saat ini banyak dilakukan oleh masyarakat terutama mahasiswa. Selain itu, uniknya pada penelitian ini dilengkapi dengan kajian teori sosiologi, yaitu teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman untuk menganalisis representasi makna dari konten yang diposting ulang di media sosial Tiktok. Selanjutnya, dalam kajian keilmuan, tentunya akan dilihat bagaimana fenomena posting ulang ini dianalisis menggunakan kajian keilmuan sosiologis.

Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis bagaimana kebiasaan posting ulang terbentuk di kalangan mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai pengguna TikTok, termasuk pola perilaku dan alasan di balik tindakan tersebut. Penelitian ini ingin memahami lebih dalam mengapa mahasiswa memilih memposting ulang konten tertentu, apakah karena mengikuti tren yang sedang populer, ingin mengekspresikan diri, atau memiliki tujuan lain yang lebih spesifik. Selain itu, penelitian ini juga berupaya menggali makna yang terkandung dalam aktivitas posting ulang, terutama dalam membentuk identitas diri dan menunjukkan nilai atau keyakinan yang mereka pegang. Dengan memahami hal ini, diharapkan dapat terlihat bahwa fitur posting ulang bukan sekadar alat untuk berbagi konten, melainkan media komunikasi yang mencerminkan dinamika sosial dan budaya mahasiswa di dunia digital, menggambarkan bagaimana mereka berinteraksi, membangun makna, dan mengekspresikan identitas dalam ruang digital.

Pentingnya penelitian ini tidak hanya pada aspek praktis dalam hal memahami perilaku digital mahasiswa atau pemuda, tetapi juga penelitian ini perlu dilakukan karena memiliki kontribusi penting terhadap pengembangan pengetahuan akademik. Penelitian ini diharapkan dapat

memperkaya kajian mengenai representasi makna dalam konteks interaksi sosial digital, khususnya terkait praktik posting ulang dan partisipasi pengguna di media sosial melalui lensa teori Dramaturgi. Dengan mengintegrasikan konsep *Front Stage* dan *Back Stage* Erving Goffman, penelitian ini memberikan kerangka analitis untuk memahami bagaimana pengguna TikTok mengelola identitas digital mereka antara apa yang ditampilkan secara publik dan pertimbangan pribadi yang tersembunyi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin menelaah lebih mendalam mengenai pola interaksi media sosial dalam perspektif sosiologi digital. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya relevan untuk menjawab permasalahan yang terjadi di lapangan, tetapi juga memberikan sumbangan teoretis yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi dan media serta pijakan awal bagi peneliti lain yang akan melanjutkan kajian yang serupa.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku posting ulang terbentuk di kalangan Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai pengguna media Tiktok?
2. Bentuk-bentuk konten apa saja yang sering di posting ulang dalam interaksi sosial Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Media TikTok?
3. Bagaimana posting ulang dapat merepresentasikan makna Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai pengguna media TikTok?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perilaku posting ulang terbentuk di kalangan Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati sebagai pengguna media Tiktok.
2. Untuk mengetahui bentuk-bentuk konten yang sering di posting ulang dalam interaksi sosial Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Media TikTok.

3. Untuk mengetahui posting ulang dapat merepresentasikan makna Mahasiswa FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai pengguna media TikTok.

D. Kegunaan Penelitian

Ada beberapa hal dapat dipandang bermanfaat baik secara akademik maupun praktis dengan mengangkat penelitian ini, antara lain:

1. Kegunaan akademik
 - a. Penelitian ini berguna untuk memperkaya khazanah pengetahuan dalam bidang ilmu sosiologi digital, khususnya berkaitan dengan mengkaji fenomena representasi makna melalui praktik posting ulang di media sosial TikTok dengan perspektif teori Dramaturgi Erving Goffman.
 - b. Adapun bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan terutama wawasan mengenai informasi pengetahuan tentang representasi diri (*self-representacion*), pengelolaan kesan, serta dinamika *Front Stage* dan *Back Stage* dalam konteks media sosial kontemporer, khususnya di kalangan Mahasiswa sebagai pengguna aktif media digital.
 - c. Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dalam kajian sosiologi digital, terutama untuk memahami perubahan perilaku sosial dan pembentukan identitas diri di dunia maya, Penelitian ini juga dapat menjadi dasar teori untuk mempelajari cara orang berinteraksi sosial melalui media sosial saat ini.
2. Kegunaan Praktis

Adapun dalam penelitian ini, selain memiliki kegunaan teoritisnya peneliti pun memaparkan kegunaan praktis dari penelitian yang dilakukan, diantaranya:

- a. Kegunaan untuk peneliti

Adanya penelitian ini memberikan banyak manfaat dan kegunaannya bagi peneliti. Dimana, sebagai pengalaman dan pembelajaran dalam proses aplikasi pemahaman mengenai sosiologi

digital secara umum, dan dalam memahami fenomena posting ulang sebagai bentuk representasi makna bagi Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung di media TikTok melalui pendekatan teori Dramaturgi. Penelitian ini juga menjadi sarana bagi peneliti untuk mengeksplorasi dinamika interaksi sosial di ruang digital.

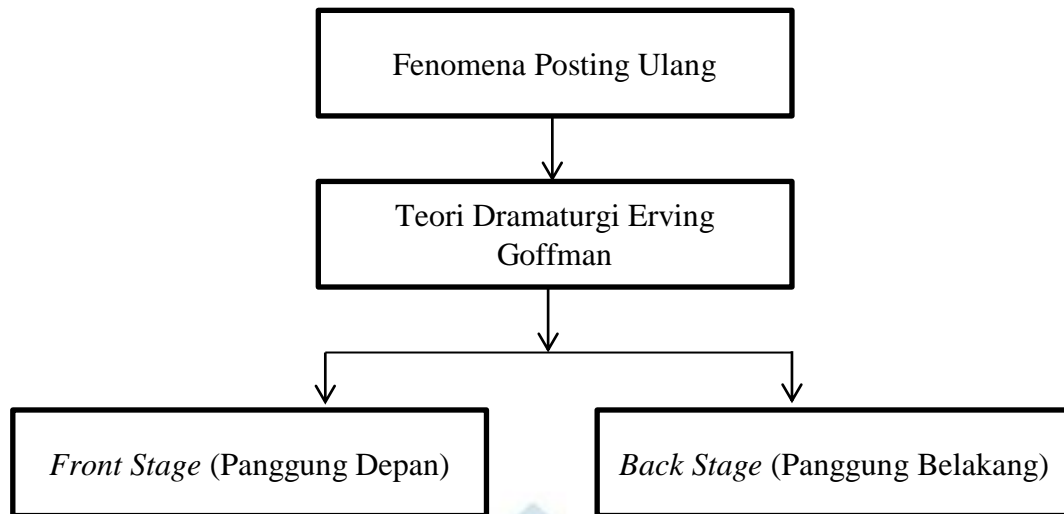
b. Kegunaan untuk masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat memahami perilaku digital anak muda, terutama kebiasaan posting ulang di media sosial. Dengan mengetahui alasan dan makna dibalik aktivitas tersebut, masyarakat dapat lebih paham cara generasi muda dalam membentuk identitas dan berkomunikasi secara online. Hasil penelitian ini juga bisa menjadi panduan bagi masyarakat untuk lebih bijak dalam memahami budaya digital dan pola pergaulan di media seperti TikTok.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dibuat untuk menjelaskan secara berurutan tentang bagaimana kegiatan posting ulang di TikTok dapat menggambarkan makna bagi para penggunanya. Kerangka berpikir ini menunjukkan keterkaitan antara konsep komunikasi di media sosial, kebiasaan posting ulang sebagai cara mengekspresikan diri, serta makna yang tersimpan dalam pilihan pengguna saat membagikan kembali suatu konten, sehingga penelitian ini dapat berjalan secara terarah sesuai tujuan yang hendak dicapai. Melalui kerangka ini, akan tampak bahwa posting ulang bukan hanya sekadar kegiatan membagikan konten, melainkan cara berkomunikasi yang menunjukkan siapa diri pengguna, apa yang mereka nilai, dan bagaimana pandangan mereka di dunia media sosial.

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Dari kerangka di atas, dapat dikaji bahwa kegiatan posting ulang di media sosial TikTok merupakan aktivitas sosial yang memiliki banyak makna bagi para penggunanya. Kegiatan ini tidak hanya sekedar menyalin atau membagikan kembali konten, tetapi juga menjadi cara pengguna untuk menunjukkan identitas dan berinteraksi sosial di media tersebut. Setiap konten yang diposting ulang mencerminkan bagaimana pengguna ingin dilihat oleh orang lain, sekaligus menjadi sarana untuk membangun hubungan sosial dengan komunitas di TikTok. Aktivitas ini melibatkan proses pemilihan konten yang sengaja dilakukan untuk menyampaikan pesan tertentu, menunjukkan selera, nilai-nilai, atau pandangan yang dimiliki pengguna. Dalam memahami fenomena ini, konsep representasi makna menjadi dasar utama untuk melihat bagaimana pengguna TikTok mengekspresikan diri dan berkomunikasi melalui posting ulang. Representasi ini tidak berdiri sendiri, melainkan dibingkai oleh teori dramaturgi dari Erving Goffman yang membagi interaksi sosial ke dalam dua panggung (Nurmala & Setiawan, 2023), yaitu *front stage* dan *back stage*. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana pengguna memainkan peran berbeda di ruang publik dan ruang pribadi mereka dalam aktivitas media sosial.

a. *Front Stage* (Panggung Depan)

Pada panggung depan, pengguna TikTok menampilkan citra diri yang ingin dilihat oleh publik, konten yang diposting ulang menjadi bagian

dari cara untuk membangun identitas sosial dan mendapatkan pengakuan dari penonton. Pengguna aktif, menampilkan tampilan digital yang sesuai dengan norma dan harapan komunitas TikTok.

b. *Back Stage* (Panggung Belakang)

Pada panggung belakang ini, terdapat kegiatan yang lebih pribadi dan terencana, seperti proses memilih konten, alasan pribadi, dan motivasi dalam diri yang tidak selalu ditampilkan secara terbuka di publik. Pengguna, dalam hal ini mempersiapkan dan memikirkan makna dari kegiatan posting ulang sebelum akhirnya menampilkan di depan umum.

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dijelaskan, dapat ditegaskan kembali bahwa aktivitas posting ulang di TikTok merupakan bentuk komunikasi digital yang penuh dengan makna. Kegiatan ini bukan sekadar memposting ulang, melainkan menjadi sebuah cermin identitas, nilai, dan pandangan penggunanya. Melalui teori dramaturgi dari Erving Goffman, kita dapat memahami bahwa pengguna TikTok secara sadar mengelola dua sisi kehidupan mereka, pada sisi publik (*Front Stage*) yang menampilkan citra diri yang diinginkan kepada *audiens*, dan sisi pribadi (*Back Stage*) yang melibatkan proses pemikiran dan pertimbangan sebelum memutuskan konten apa yang akan dibagikan. Maka dari itu, posting ulang menjadi representasi diri yang kompleks, di mana setiap konten yang dibagikan memiliki tujuan tertentu, baik untuk mengekspresikan diri atau membangun citra. Memahami fenomena ini membantu kita melihat bahwa interaksi di media sosial seperti TikTok bukan sekadar hiburan, tetapi juga merupakan ruang sosial yang bermakna bagi penggunanya dalam membentuk dan menunjukkan identitas mereka di era digital.