

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Banyak remaja menggunakan aplikasi video yang terhubung ke media sosial untuk membuat video, termasuk salah satu aplikasi populer yaitu *Tik Tok*. Aplikasi ini masuk dalam daftar aplikasi yang paling banyak diunduh dan paling banyak digunakan, termasuk aplikasi yang viral di komunitas. *Tik Tok* digunakan oleh banyak orang, tua dan muda, untuk hiburan, kreativitas, dan media promosi. Peningkatan pengguna dan video menghibur yang diposting telah membuat aplikasi ini menjadi fenomena, menjadikannya aplikasi yang paling banyak didistribusikan di dunia. *Tik Tok* memiliki bakat, tantangan, aksi, dan lelucon lainnya. *Tik Tok* sulit digunakan karena durasi dan algoritmanya yang pendek. Sehingga pengguna hanya melihat atau membaca konten yang diposting oleh pengguna lain, plot satu posting cenderung menarik jika menggunakan kisi-kisi di bawah karakter. Selain itu, juga dapat membuat video untuk menjadi viral atau menemukan video viral (Shofiana, 2018:2).

Pengguna *Tik Tok* di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung hanyalah satu dari sekian banyak pengguna di negara ini. Seseorang yang menggunakan aplikasi ini mungkin dapat membuat film dengan durasi hingga lima belas detik yang mungkin sedikit kreatif. Bentuk *Tik Tok* saat ini telah menarik perhatian masyarakat Indonesia, sehingga muncul istilah Generasi *Tik Tok*. Menggunakan aplikasi ini untuk membuat pengguna terkenal dengan membuat video lucu telah mendapatkan popularitas. *Tik Tok* adalah aplikasi yang

menampilkan karya anak muda dengan menawarkan berbagai fitur yang dapat dilihat dan disesuaikan dengan perubahan zaman (Shofiana, 2018:2).

Remaja adalah pengguna *Tik Tok* populer, menggunakan platform tersebut untuk mengekspresikan dirinya dan memamerkan keahliannya dalam membuat video. Selain outlet media yang disebutkan di atas, mereka percaya internet sebagai sumber daya yang belum dimanfaatkan untuk menjangkau khalayak luas melalui lingkaran sosial online. Oleh karena itu, dapat membantu mengatasi stres dalam memulai pekerjaan baru dan menghadapi hubungan baru (Shofiana, 2018:3).

Tik Tok populer, menggunakan platform tersebut untuk mengekspresikan dirinya dan memamerkan keahliannya dalam membuat video. Selain outlet media yang disebutkan di atas, mereka percaya internet sebagai sumber daya yang belum dimanfaatkan untuk menjangkau khalayak luas melalui lingkaran sosial online. Oleh karena itu, dapat membantu mengatasi stres dalam memulai pekerjaan baru dan menghadapi hubungan baru (Shofiana, 2018:3).

Hal ini juga dilakukan oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang beralamat di Jalan AH. Nasution No. 105 40614 Bandung Jawa Barat. Beberapa mahasiswa dengan kepribadian dan latar belakang yang berbeda mencoba untuk menempatkan diri melalui media sosial, di mana diikuti oleh banyak pengikut. Dengan menunjukkan sisi lain dari diri, mungkin mencoba menarik banyak pemirsa untuk menilai berdasarkan penampilan media sosial. Interaksi dengan komunitas lokal dan komunitas yang lebih besar adalah penting. Bagaimana mereka membuat kesan yang baik pada diri mereka sebagai

mahasiswa dengan menggunakan berbagai ide dan metode untuk mengembangkan kreativitas dan mendapatkan rasa hormat pada publik.

Sebagai akibat dari aplikasi *Tik Tok* ini, penting untuk mendokumentasikan bagaimana orang menghadapi ketakutan dan kecemasan, terutama kaum muda. Pertanyaan tentang bagaimana figur publik bertindak di media dan bagaimana mereka dipersepsikan di dunia luas dapat dijawab dengan menggunakan aplikasi seperti *Tik Tok* yang saat ini digunakan. *Impression Management* merupakan salah satu prinsip dari teori dramaturgi Erving Goffman yang digunakan dalam kasus ini. Pada hal ini, seorang mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung menjelaskan bagaimana menampilkan dirinya kepada orang lain, bagaimana menjaga konsistensi dalam perannya sebagai mahasiswa, dan bagaimana mendorong orang lain untuk menirunya. Untuk lebih memahami penggunaan media sosial, perlu melihat beberapa faktor, seperti kepribadian dan lingkungan tempat tinggal. Oleh sebab itu, menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai **“Studi Terhadap Perilaku Impression Mahasiswa Pengguna Aplikasi *Tik Tok* (Studi Deskriptif Menggunakan Pendekatan Dramaturgi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2020).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan temuan ini, Peneliti akan mengidentifikasi masalah yang terkait dengan banyaknya orang yang menggunakan media sosial untuk melakukan aktivitas sehari-hari.

1. Media sosial tersebut adalah aplikasi *Tik Tok*

2. *Tik Tok* adalah salah satu aplikasi media sosial paling populer di kalangan pelajar, jadi tidak mengherankan jika banyak dari mereka yang memiliki aplikasi tersebut.
3. Mahasiswa, anggota masyarakat umum, telah menemukan bahwa menggunakan *Tik Tok* untuk memposting video atau memberikan pembaruan status tentang aktivitas sehari-hari akan menjadi lebih memakan waktu.

1.3 Rumusan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas bisa dirumuskan permasalahan bisa ditetapkan yaitu antara lain:

1. Bagaimana panggung depan mahasiswa Jurusan Sosiologi angkatan 2020 dalam menggunakan aplikasi *Tik Tok*?
2. Bagaimana panggung belakang mahasiswa Jurusan Sosiologi angkatan 2020 dalam menggunakan aplikasi *Tik Tok*?
3. Bagaimana *impression* mahasiswa Jurusan Sosiologi angkatan 2020 dalam menggunakan aplikasi *Tik Tok*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang bisa ditetapkan yaitu antara lain:

1. Untuk mengetahui panggung depan (*front stage*) mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2020 dalam menggunakan aplikasi *Tik Tok*.
2. Untuk mengetahui panggung belakang (*back stage*) mahasiswa Jurusan Sosiologi angkatan 2020 dalam menggunakan aplikasi *Tik Tok*

3. Untuk mengetahui *impression management* mahasiswa Jurusan Sosiologi angkatan 2020 dalam menggunakan aplikasi *Tik Tok*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan masalah di atas, maka kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan teoritis tentang teori sosial, teori drama, dan khususnya penggunaan aplikasi *Tik Tok*.

1.5.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti, memberikan bekal pengalaman untuk menerapkan ilmu pengetahuan mahasiswa selama di bangku kuliah ke dalam kerja nyata.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya, sebagai sumbangan pemikiran dalam menyikapi adanya penggunaan *Tik Tok* di tengah-tengah masyarakat khususnya di kalangan mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

1.6 Kerangka Pemikiran

Media sosial memberikan kemudahan yang ditawarkan oleh internet dengan adanya fitur-fitur yang diciptakan. Sehingga keberadaan media sosial menyebabkan semakin luasnya perkembangan pada bidang komunikasi. Pemanfaat media sosial telah digunakan oleh setiap individu, sudah menjadi hal yang lazim jika masyarakat dari usia muda hingga tua, pelajar hingga mahasiswa dan lainnya menggunakan media sosial. Penampilan diri terutama dihadapan orang lain merupakan petunjuk yang kuat dalam bersosialisasi. Globalisasi adalah

suatu proses yang menempatkan masyarakat dunia bisa menjangkau satu dengan yang lain atau saling terhubung dalam semua aspek kehidupan mereka, baik dalam budaya, ekonomi, politik, teknologi maupun (Hikmat,dkk, 2017:124).

Indonesia merupakan salah satu negara yang masyarakatnya sebagai konsumen tertinggi terhadap media sosial. Media sosial yang dipakai masyarakat sangat beranekaragam, di antaranya yaitu *Facebook, Twitter, Path, Line, Instagram, Tik Tok* dan sebagainya. Masing-masing media sosial memiliki fasilitas dan keunikan yang berbeda-beda. (Hikmat,dkk, 2017:125).

Fitur-fitur yang mempermudah dalam mengirim informasi atau pesan mengaktualkan media sosial dinobatkan sebagai sarana mereka dalam mengembangkan serta mempertahankan eksistensi termasuk penggunaan media sosia *Tik Tok* oleh kalangan mahasiswa jurusan Sosiologi Angkatan 2020.

Pada media sosial seorang individu akan melakukan *impression management* yaitu pengelolaan kesan yakni teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu 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 dengan adanya panggung depan dan panggung belakang (Goffmann, 1959).

Teori dramaturgi Erving Goffman memiliki dua sudut pandang yang berbeda yaitu panggung depan dan panggung belakang. Kedua gagasan tersebut

saling berhubungan, tetapi berada di dua tempat yang berbeda. Sebagai tindak lanjut (Goffmann, 1959), antara lain:

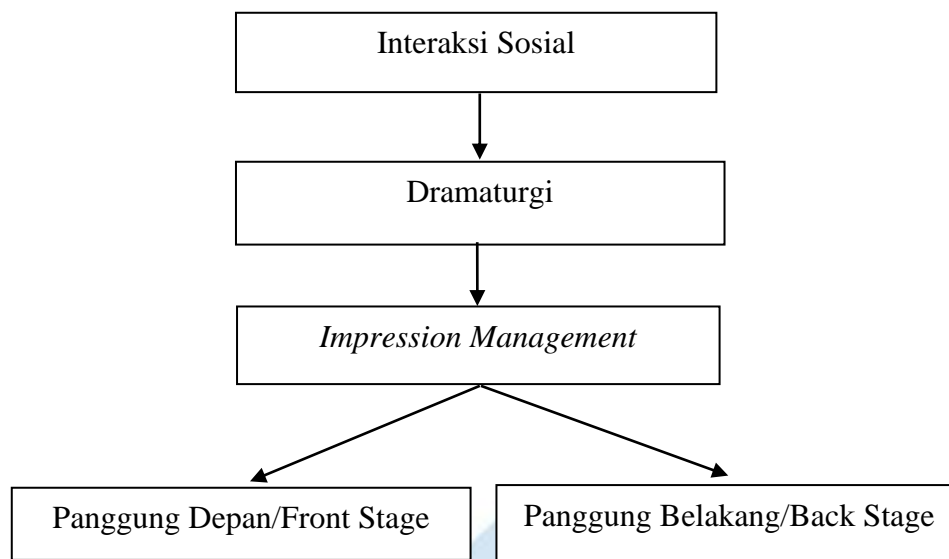
1. Panggung Depan atau *Front Stage*

Sebagai hasil dari *front stage* maka seorang individu atau seorang aktor telah memutuskan untuk melakukan tindakan orang lain atau sesuatu yang serupa. Selanjutnya, kita akan melihat berbagai cara untuk memamerkan kepribadian kita kepada orang lain, termasuk bagian depan yang mencakup panggung serta penampilan (Goffman, 1959).

2. Panggung Belakang atau *Back Stage*

Goffman mengatakan area belakang panggung adalah tempat seorang aktor dapat duduk sehingga dia memiliki akses ke semua alat yang diperlukan untuk menyampaikan pesan. Individu kembali ke belakang panggung, ketika pertunjukan selesai dan menyadari bahwa semua tindakan yang ditampilkan di panggung telah diungkapkan secara keseluruhan. Semua tindakannya tidak akan mempengaruhi pihak lain, kecuali dirinya sendiri di dasar panggung. Panggung belakang adalah tempat dimana pemain bisa masuk, tapi tanpa harus khawatir dengan kehadiran penonton. Di sekitar panggung, pemain dapat melepaskan diri dari karakter aslinya tanpa takut merusaknya (Goffman, 1959).

Berdasarkan gambar kerangka, penelitian ini digambarkan dengan cara sebagai berikut:



Gambar Kerangka Berpikir

Sumber: Olahan Data Peneliti (2022)

Berdasarkan uraian di atas, Peneliti ingin mengetahui bagaimana *impression management* mempengaruhi mahasiswa jurusan Sosiologi angkatan 2020 di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang menggunakan *Tik Tok*. Pada hal ini, mempromosikan diri mereka di media sosial sebagai pengguna aktif aplikasi *Tik Tok* dan bagaimana mereka melihat dirinya sendiri merupakan termasuk pilihannya.