

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1.1 Kajian Pustaka

1.1.1 Review Penelitian Sejenis

Dalam Penelitian ini, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu untuk menjadi acuan dan referensi untuk peneliti mengerjakan penelitian ini. Sumber tersebut berasal dari buku, jurnal, hingga mencari di internet. Peneliti telah melakukan pencarian dan juga telah menemukan beberapa acuan dari penelitian-penelitian terdahulu sebagai perbandingan dengan penelitian ini, berikut beberapa penelitian yang menjadi acuan peneliti antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yudha Harizky Santoso (2024) dengan judul “TIKTOK SEBAGAI RUANG EKSPRESI DIRI (ANALISIS FENOMENOLOGI DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS SEMARANG). Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana TikTok dapat menjadi ruang dalam mengekspresikan diri bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Setelah melakukan wawancara ke 5 informan, disimpulkan bahwa media sosial TikTok dimanfaatkan oleh mahasiswa sebagai ruang kebebasan untuk mengekspresikan diri, mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktunya melalui dunia maya dari pada dunia nyata, mahasiswa membentuk karakter diri baru yang berbeda bahkan bertolak belakang dengan karakter diri mereka yang asli untuk

menampilkan sisi terbaik dalam diri mereka, mahasiswa mengekspresikan dirinya agar lebih dikenal dan mendapat perhatian oleh orang lain, adanya perubahan gaya hidup mahasiswa atas dasar mengikuti perkembangan zaman.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Risky Novianan (2025) dengan judul “PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK DALAM MENUNJUKAN EKSISTENSI DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengguna media sosial oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dalam menunjukkan eksistensi dirinya. Setelah melakukan wawancara ke 7 informan, dapat disimpulkan adanya aplikasi TikTok memberikan dampak yang signifikan terhadap eksistensi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Mahasiswa merasakan adanya manfaat nyata setelah aktif menggunakan setelah aktif menggunakan TikTok, terutama sebagai wadah untuk menunjukkan bakat, kreativitas, serta membentuk personal branding mereka di dunia maya. Melalui TikTok, mahasiswa mampu menunjukkan eksistensi diri mereka dengan lebih percaya diri, baik dalam bentuk konten hiburan, literasi, fashion, edukasi, maupun trend yang sedang viral.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Mizda Bella Silvia (2022) dengan judul “FENOMENA PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI AJANG EKSISTENSI DIRI PADA SISWA SMP 4 LANGGAM”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif pengguna Aplikasi

TikTok sebagai ajang Eksistensi Diri Pada Siswa SMPN 4 Langgam. Setelah dilakukan wawancara kepada 7 informan, dapat disimpulkan, Fenomena penggunaan aplikasi TikTok sebagai ajang eksistensi diri pada siswa SMPN 4 Langgam yang dipengaruhi oleh 2 motif, *in order to motivate* (masa yang akan datang) dan yang kedua yaitu *because motives* (motif masa lalu).

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1. Yudha Harizky Santoso (2024) dengan judul “TIKTOK SEBAGAI RUANG EKSPRESI DIRI (ANALISIS FENOMENOLOGI DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS SEMARANG)	Deskriptif kualitatif	Membahas Ekspresi diri	Tempat penelitian ini berada di Universitas Semarang	Media sosial TikTok dimanfaatkan oleh mahasiswa sebagai ruang kebebasan untuk mengekspresikan diri, mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktunya melalui dunia maya dari pada dunia nyata, mahasiswa membentuk karakter diri baru yang berbeda bahkan bertolak belakang dengan karakter diri mereka yang asli untuk menampilkan sisi terbaik dalam diri mereka,

				<p>mahasiswa mengekspresikan dirinya agar lebih dikenal dan mendapat perhatian oleh orang lain, adanya perubahan gaya hidup mahasiswa atas dasar mengikuti perkembangan zaman.</p>
<p>2. Risky Novianan (2025) dengan judul “PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK DALAM MENUNJUKAN EKSISTENSI DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU”</p>	<p>Deskriptif kualitatif</p>	<p>Aplikasi TikTok sebagai media</p>	<p>Penelitian ini berada di UIN SUSKA RIAU</p>	<p>Adanya aplikasi TikTok memberikan dampak yang signifikan terhadap eksistensi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Mahasiswa merasakan adanya manfaat nyata setelah aktif menggunakan setelah aktif menggunakan TikTok, terutama sebagai wadah untuk menunjukkan bakat, kreativitas, serta membentuk personal branding mereka di dunia maya. Melalui TikTok, mahasiswa</p>

				mampu menunjukkan eksistensi diri mereka dengan lebih percaya diri, baik dalam bentuk konten hiburan, literasi, fashion, edukasi, maupun trend yang sedang viral.
3. Mizda Bella Silvia (2022) dengan judul “FENOMENA PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI AJANG EKSISTENSI DIRI PADA SISWA SMP 4 LANGGAM”	Deskriptif kualitatif	Membahas Ekspresi diri	Penelitian ini berada di SMP 4 LANGGAM	Fenomena penggunaan aplikasi TikTok sebagai ajang eksistensi diri pada siswa SMPN 4 Langgam yang dipengaruhi oleh 2 motif, <i>in order to movitve</i> (masa yang akan datang) danyang kedua yaitu <i>because motives</i> (motif masa lalu).

1.2 Kerangka Konseptual

1.2.1 Komunikasi

1. Definisi Komunikasi

Secara etimologis komunikasi berasal dari Bahasa latin yaitu *communication*, dan bersumber pada kata *communis*. Perkataan *communis* tersebut berarti sama, dalam artian sama makna mengenai suatu hal. Jadi komunikasi berlangsung apabila diantara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang di komunikasikan.

Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi yang terlibat di dalam komunikasi itu adalah manusia.(Ammaria, 2017)

Manusia selalu berkomunikasi, manusia tidak dapat menghindari komunikasi. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa tidak untuk melakukan komunikasi dengan orang lain. Jika manusia tidak melakukan komunikasi dengan orang lain dapat dipastikan manusia akan mengalami kesulitan dalam kehidupan sosialnya. Inti utama dari komunikasi terletak dalam proses komunikasinya yaitu sebuah aktivitas dalam hal melayani hubungan antara pengirim pesan dan penerima pesan melampaui ruang dan waktu. Artinya melampaui ruang adalah kita bisa melakukan komunikasi dengan orang lain meskipun berada di ruangan yang berbeda dan

melampaui waktu artinya seseorang dapat melakukan komunikasi meskipun ada perbedaan waktu diantara keduanya baik dari pengirim pesan maupun penerima pesan.

Komunikasi itu didalamnya meliputi sebuah usaha untuk menciptakan pesan, lalu mengalihkan pesan, dan memberikan diri kita sebagai sebuah tempat yakni di hati dan otak orang lain untuk menerima pesan. Dalam melakukan komunikasi tentu memiliki sebuah usaha, misalnya dalam menciptakan sebuah pesan seseorang tidak bisa sembarangan memberikan pesannya kepada orang lain. Seseorang harus melihat terlebih dahulu kondisi dari penerima pesan, waktu pesan itu disampaikan dan pesan apa yang akan disampaikan. Setelah semuanya sudah terkendali barulah pesan tersebut disampaikan kepada orang lain. Jangan sampai pesan yang disampaikan kepada orang lain malah menyakiti penerima pesan. Karena dalam berkomunikasi meskipun terlihat mudah tetapi sebenarnya sangatlah sulit. Apabila kita salah mengucapkan pesan kepada orang lain dan menyakiti hatinya mungkin bisa dimaafkan tetapi sulit untuk dilupakan. Ibarat kita menancapkan paku di atas kayu, meskipun paku tersebut bisa dicabut tetapi bekas tancapan paku di kayu tersebut akan sulit hilangnya. Maka berhati-hatilah dalam melakukan komunikasi dengan orang lain.(Dyatmika, 2021)

2. Fungsi Komunikasi

Menurut Thomas M Scheidel dalam (Mulyana, 2010) pertama seseorang berkomunikasi untuk menyatakan dan mendukung identitas

diri. Melalui komunikasi seseorang bisa menunjukkan siapa dirinya kepada orang lain, seseorang bisa memperkenalkan dirinya kepada orang lain. Kedua melalui komunikasi seseorang dapat membangun kontak sosial dengan orang disekitar kita. Hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang sangat bergantung dengan orang lain, melalui komunikasilah hubungan sosial akan berjalan dengan baik. Ketiga melalui komunikasi dapat mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir dan berperilaku seperti yang diinginkan oleh komunikator. Keempat melalui komunikasi seseorang dapat mengendalikan lingkungan fisik dan psikologisnya. Seseorang dapat mengendalikan lingkungan sekitarnya dengan menggunakan komunikasi. Seseorang juga dapat menjaga kesehatan mental psikologisnya dengan melakukan komunikasi dengan orang lain.(Dyatmika, 2021)

Deddy Mulyana

1. Komunikasi Sosial.

- a) Pembentukan Konsep Diri
- b) Pernyataan Eksistensi Diri
- c) Kelangsungan Hidup
- d) Memupuk Hubungan
- e) Memperoleh Kebahagiaan

Konsep diri ialah pandangan kita tentang siapa diri kita yang diperoleh dari informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Manusia yang tidak pernah berkomunikasi

dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia. Kita sadar bahwa kita manusia karena orang-orang di sekeliling kita lewat perilaku verbal dan non verbal mereka bahwa kita manusia. Melalui komunikasi dengan orang lain, baik verbal maupun non verbal, kita menjadi mengetahui siapakah diri kita sebenarnya. Konsep diri yang paling dini terbentuk melalui keluarga, dan orang-orang lain yang dekat dengan kita seperti ayah, ibu, dan orang-orang yang sekerabat dengan kita. Mereka itulah yang disebut *significant others*. Orang tua kita, atau siapapun yang memelihara kita ketika kita kecil, mengatakan kepada kita lewat ucapan dan tindakan mereka bahwa kita baik, nakal, rajin, cantik, sopan, dan sebagainya. Merekalah yang mengajari kita tentang kata-kata dan bahasa untuk pertama kali.

2. Komunikasi Ekspresif

- a. Mengekspresikan Perasaan (Emosi)
- b. Mengekspresikan Kesadaran
- c. Mengekspresikan Pandangan Hidup

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dilakukan secara sendiri dan kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut

menjadi *instrument* untuk menyampaikan perasaan kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan melalui pesan-pesan non verbal. Seperti, perasaan sayang, marah, benci, takut, sedih dan simpati.

3. Komunikasi Ritual

Upacara-upacara yang berkaitan dengan tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi dan agama. Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara belainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rises of passage*, mulai dari upacara tujuh bulanan, kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, pernikahan, naik haji ke Mekkah, dan sebagainya. Dalam upacara-upacara tersebut orang-orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku tertentu bersifat simbolik. Ritus-ritus lainnya seperti shalat, upacara bendera, wisuda, Natal dan Lebaran. Mereka berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi, atau komitmen pada agama mereka.

4. Komunikasi Instrumental

- a. Menginformasikan
- b. Mengajar

- c. Mendorong
- d. Menghibur
- e. Mengubah Sikap & Keyakinan
- f. Mengubah Perilaku
- g. Menggerakkan Tindakan

Jika diringkas, maka kesemua tujuan tersebut di atas dapat dikelompokkan membujuk atau bersifat persuasif. Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa informasi yang disampaikannya akurat dan layak untuk diketahui. (Hariyanto, 2021)

3. Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi adalah membangun pemahaman bersama, mengubah sikap, atau bahkan mengubah perilaku (Nugroho 2004). Menurut Katz dan Robert Kahn, tujuan utama dari proses komunikasi adalah berbagi informasi dan transmisi makna dari system social atau organisasi (Katz and Kahn 1987). Akan tetapi, komunikasi yang dilakukan oleh satu orang dengan orang lain dalam upaya membangun makna dan mencapai harapannya. Bukan hanya untuk mengirim data atau pesan (Ruslan 2003). Orang harus dapat berkomunikasi satu sama lain agar dapat berkolaborasi secara efektif dan mengoordinasikan upaya menuju tujuan Bersama. (Nuzuli, 2022)

(Effendy 2009) Dalam berkomunikasi, komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu. Tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat yaitu:

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)

Perubahan sikap merupakan salah satu tujuan komunikasi. Setelah proses dialog, modifikasi ini dapat dilakukan.

2. Mengubah opini/pendapat (*to change the opinion*)

Mengubah perspektif seseorang adalah tujuan lain dari komunikasi. Pendapat dapat berubah segera atau setelah proses dialog. Itu tergantung pada gaya penyampaian komunikator.

3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)

Komunikasi juga dapat digunakan untuk mengubah perilaku. Jika pernyataan komunikator dan komunikan bertepatan dalam situasi ini, perubahan perilaku dapat terjadi. Penyampaian ini juga dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator itu sendiri.

4. Mengubah masyarakat/sosial (*to change the society/sosial*)

Proses komunikasi adalah cara lain agar perubahan sosial dapat terjadi. Perubahan struktur sosial mengikuti konteks di mana komunikasi berlangsung.

(Schramm 1989) Tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua sudut pandang kepentingan: kepentingan sumber/ pengirim/ komunikator dan kepentingan penerima/ komunikan. Dengan demikian, tujuan komunikasi yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

1. Tujuan komunikasi sumber: menginformasikan, mendidik, menghibur, dan merekomendasikan suatu tindakan/persuasi
2. Tujuan komunikasi ditinjau dari kepentingan penerima: menyerap informasi, mempelajari, menikmati, menerima/menolak.

Komunikasi pada dasarnya dilakukan untuk menyampaikan suatu informasi dari komunikator kepada komunikan agar pesan yang disampaikan dapat dipahami. Dengan komunikasi, seseorang dapat berbagi pengetahuan, pengalaman gagasan, maupun perasaan kepada oranglain. Penyampaian informasi dengan jelas akan membantu mengurangi kesalahpahaman dan menciptakan kesamaan makna antara komunikator dengan komunikan. Oleh karena itu, komunikasi menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam lingkungan keluarga, Pendidikan, organisasi, maupun bermasyarakat.

Selain sebagai sarana penyampaian informasi, komunikasi juga bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan sosial. Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan interaksi dengan oranglain untuk menciptakan rasa kebersamaan, saling memahami, serta mempererat hubungan antarindividu maupun kelompok. Melalui komunikasi yang baik, seseorang dapat menunjukkan empati, menghargai pendapat oranglain, serta menciptakan suasana yang harmonis dalam berbagai situasi. Dengan demikian, komunikasi berperan penting dalam membentuk hubungan yang positif dan berkelanjutan

4. Unsur-unsur Komunikasi

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi yang terjadi melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi, misalnya partai, lembaga, atau organisasi. Sumber sering juga disebut sebagai pengirim (komunikator).

2. Pesan

Pesan yang dimaksud di dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Isi dari pesan tersebut dapat berupa informasi, ilmu pengetahuan, hiburan, nasihat, atau propaganda.

3. Media

Media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima, misalnya dalam komunikasi pribadi, pancaindra dianggap sebagai media komunikasi.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bias terdiri atas satu orang atau lebih. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi karena menjadi sasaran dalam komunikasi

5. Efek

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, apa yang dilakukan, apa yang dirasakan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada sikap, tingkah laku, dan pengetahuan. Oleh sebab itu, pengaruh dapat juga diartikan sebagai perubahan atau pengetahuan keyakinan pada pengetahuan, tindakan, dan sikap seseorang sebagai akibat penerimaan pesan

6. Umpan balik

Umpan balik merupakan salah satu bentuk pengaruh yang berasal dari penerima. Sebenarnya umpan balik juga berasal dari unsur lain seperti media dan pesan, meskipun pesan belum sampai pada penerima, misalnya sebuah konsep surat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuannya. (Pureklolon, 2016)

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan menciptakan kesamaan makna. Dalam proses ini, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana bertukar informasi, tetapi juga sebagai cara untuk membangun hubungan sosial, memengaruhi sikap, serta menyampaikan gagasan dan perasaan. Melalui komunikasi, individu dapat memahami lingkungan sekitarnya dan menjalin interaksi yang efektif dalam berkehidupan sehari-hari.

Salah satu unsur penting dalam komunikasi adalah komunikator, yaitu pihak yang menyampaikan pesan. Komunikator dapat berupa individu, kelompok, maupun organisasi yang memiliki tujuan tertentu dalam menyampaikan informasi. Keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyusun dan menyampaikan pesan secara jelas, sehingga pesan yang diterima dapat dipahami sesuai dengan maksud yang diinginkan, selain itu, kredibilitas komunikator juga menjadi factor yang memengaruhi tingkat penerimaan pesan oleh komunikan.

Unsur komunikasi lainnya meliputi sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik. Pesan merupakan informasi atau gagasan yang disampaikan oleh komunikator, sedangkan media berfungsi sebagai sarana untuk menyalurkan pesan tersebut. Komunikan adalah seseorang yang menerima dan menafsirkan pesan yang diterima. Setelah pesan diterima, biasanya muncul umpan balik sebagai respon terhadap pesan yang disampaikan. Seluruh proses tersebut akan menghasilkan efek tertentu, baik berupa perubahan pengetahuan, sikap, maupun perilaku. Maka dari itu, setiap unsur komunikasi memiliki peran yang saling berkaitan dalam menciptakan komunikasi yang efektif.

1.3 Media Massa

Pertumbuhan dan perkembangan media massa semakin kompleks dan berada dalam masa transformasi yang dramatis. Perkembangannya berubah sangat cepat bahkan kadang seperti sedang berpacu dengan waktu karena

kekuatannya yang luar biasa yang dapat mempengaruhi masyarakat sebagai komunikan atau *audience*. Media massa telah mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia saat ini dari beberapa segi. Setiap pagi, manusia memulai harinya dengan informasi yang tersebar di seluruh media massa baik itu cetak, media elektronik, maupun media online. Melalui media massa, masyarakat mengetahui hampir segala sesuatu tentang dunia yang ada di luar lingkungannya. Apa yang terjadi di daerah lain dapat diketahui di tempat kita berada pada hari itu juga atau beberapa saat setelah peristiwa itu terjadi. Bahkan apa yang terjadi di Indonesia maupun di luar negeri seperti di Eropa dan Asia dapat diketahui dengan cepat saat ini karena peran media massa. Selain mengetahui dan memahami fenomena yang terjadi di sekitar atau di daerah lain, kita bahkan dapat belajar dan memperoleh banyak manfaat yang diberikan oleh media massa. Informasi media massa juga menjadi bahan bagi banyak orang untuk mengekspresikan dirinya menjadi lebih baik sebelumnya. Walaupun ada banyak juga yang mendapat terpaan media massa dan terjerumus dalam persoalan yang menjadi dampak negative dari paparan media massa.(Silviani et al., 2021)

Media massa merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas secara serentak. Kehadiran media massa memungkinkan berbagai pesan, baik berupa berita, hiburan, Pendidikan, maupun iklan, dapat diterima oleh masyarakat dalam waktu yang relative cepat. Dalam perkembangannya, media massa tidak hanya terbatas

pada surat kabar, radio, dan televisi, tetapi juga mencakup media berbasis internet yang semakin mudah diakses oleh berbagai kalangan.

Sebagai sumber informasi, media massa memiliki peran penting dalam membentuk pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar maupun di tingkat global. Informasi yang disampaikan melalui media massa dapat membantu masyarakat memperoleh wawasan baru, mengikuti perkembangan zaman, serta memahami isu-isu yang sedang menjadi perhatian publik. Maka dari itu, media massa sering dianggap sebagai jembatan yang menghubungkan masyarakat dengan berbagai realitas sosial yang terjadi di sekitarnya.

Selain berfungsi sebagai penyebar informasi, media massa juga berperan dalam memengaruhi cara pandang, sikap, dan perilaku masyarakat. Melalui pemilihan isi pesan dan cara penyajiannya, media dapat mendorong munculnya opini publik terhadap suatu isu tertentu. Namun, pengaruh tersebut perlu diimbangi dengan sikap kritis dari masyarakat agar informasi yang diterima dapat dipahami secara objektif. Dengan demikian media massa tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan, tetapi juga menjadi bagian penting dalam proses komunikasi dan kehidupan sosial masyarakat modern.

1.4 *New Media*

Kalimat *new media* sudah pasti tidak jauh bersinggungan dengan komunikasi dan media massa. Dimana komunikasi merupakan studi interdisipliner yang melandasi dan menjadikan alasan bagi media untuk

berkembang, sedangkan media massa dari dulu hingga sekarang memainkan peran penting sebagai penghubung antara individu satu dengan lainnya, dengan cakupan jangkauan khalayak yang luas. Hanya saja indikator *new media* lebih mengarah pada media modern dengan adanya perkembangan teknologi digital dan internet yang aktual. (Kussanti, 2021)

Menurut buku komunikasi massa, yang menjadi ciri utama dari media baru adalah adanya akses keterhubungan antara individu sebagai penerima maupun pengirim pesan. Karakteristik dari media baru adalah terbuka dan *universal*. Ron Rice mendefinisikan bahwa media baru sebagai teknologi komunikasi yang melibatkan computer didalamnya (baik mainframe, PC, maupun notebook) yang memfasilitasi penggunaannya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkannya. Kekuatan *new media* yaitu Multimedia *include audio, video, image*, dengan berbagai efek yang sangat memanjakan mata dan telinga, Sangat-sangat interaktif Sangat-sangat portable, baik waktu penggunaan, pilihan konten, segmentasi penggunaan, dll. Dapat menjadi lahan pekerjaan. Dapat menjadi lahan eksistensi Dapat menjadi lahan berkefektifitas Media interaktif memiliki unsur *audio-visual* (termasuk animasi) dan disebut interaktif karena media ini dirancang dengan respon pemakai secara aktif. (Wiryaningrum & Pratami, 2019)

Berdasarkan penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa teknologi internet semakin hari semakin berkembang dan merupakan salah satu pemenuhan kebutuhan masyarakat saat ini akan informasi, edukasi, melakukan persuasi dan bahkan hiburan. Tak dapat dipungkiri bahwa meskipun memiliki

kekuatan dan kekurangan, teknologi internet menjadikan dunia menjadi lebih berwarna, ibarat dunia mudah dijangkau hanya dalam genggam tangan.

1.5 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform Online yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berpartisipasi dalam berbagai jenis konten seperti blog, jejaring sosial, forum, dan dunia maya. Kata "media" sendiri berarti perantara atau pengantar. Media bisa diartikan juga sebagai alat atau sarana yang membantu dalam berkomunikasi dengan menyampaikan pesan kepada orang atau khalayak. Menurut John Vivian, keberadaan media baru seperti internet yang bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara real time.

Media sosial banyak diminati hampir dari semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa, bahkan orang tua. Munculnya media sosial mengenalkan individu kepada dunia yang lebih luas seperti informasi maupun teknologi yang terus berkembang yang mampu membentuk persepsi mereka untuk mengikuti segala bentuk perubahan yang terjadi, dan apabila mereka tidak mengikuti arus modernisasi tersebut maka mereka dinilai tidak siap terjun dan pasif dalam era globalisasi. (Fransisca & Erdiansyah, 2020)

Dikutip dari Wikipedia, didefinisikan sebagai sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.(Watie, 2011)

1.6 TikTok



Gambar 1.1 Logo TikTok

Di Indonesia saja sedikitnya ada 10 media sosial yang umum digunakan. Salah satu media sosial yang cukup banyak digandrungi pada saat ini adalah TikTok terlebih setelah adanya pandemi saat ini pengguna media sosial TikTok semakin ramai, Indonesia merupakan pasar kedua terbesar TikTok di dunia pada 2020.

Tik Tok merupakan salah satu bentuk aplikasi media sosial yang diciptakan oleh perusahaan teknologi bernama Bytemod, sebuah perusahaan dari Singapura. Aplikasi ini berisi tentang layanan dukungan pembuatan video pendek yang memberikan efek-efek yang menarik, unik dan inovatif. Konten video yang ada dalam aplikasi Tik Tok bisa dengan mudah diunggah ke internet dengan layanan teknologi digital yang cepat. Banyaknya dukungan layanan special effects yang ada pada plikasi Tik Tok memungkinkan para

penggunanya bisa membuat performa dengan berbagai gaya, gerakan, bahkan tarian, yang pada akhirnya mendorong penggunanya untuk bisa kreatif dan inovatif dalam membuat konten. Adanya fasilitas background music, lagu, dan efek semakin membuat aplikasi ini menarik untuk dikreasikan dengan konten pengguna yang menyesuaikan latarnya dengan tema yang diinginkan. Hasil dari pembuatan konten video yang telah dikreasikan pengguna dalam aplikasi Tik Tok dengan mudah dishare ke berbagai platform media sosial lainnya, sehingga memungkinkan para penggunanya bisa saling bertukar konten. Bahkan menurut Putra, dengan dukungan teknologi mutakhir, aplikasi Tik Tok bisa memahami hal-hal yang biasanya sering dilakukan para penggunanya, sehingga dapat menyesuaikan dan meningkatkan permintaan pasar. Hal ini dikarenakan ragam layanan efek yang bisa digunakan secara instan.(Fanaqi, 2021)

1.7 Ekspresi Diri

Ekspresi diri merupakan kemampuan individu untuk mengkomunikasikan pikiran, perasaan, serta identitas dirinya melalui berbagai media secara sadar dan terarah. Wea, Letuna, dan Leuapa (2020) menyatakan bahwa ekspresi diri dapat terlihat dari bagaimana seseorang membagikan ide, menunjukkan kreativitas, dan membangun kepercayaan diri melalui konten yang diunggah.

Dalam konteks ini, pembagian kutipan motivasi oleh pengguna TikTok dapat dipahami sebagai salah satu bentuk ekspresi diri. Kutipan yang dibagikan tidak hanya berisi pesan pesan positif, tetapi juga

merepresentasikan nilai-nilai pribadi, sudut pandang terhadap kehidupan, serta gambaran tentang diri yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Ekspresi semacam ini tidak selalu disampaikan secara eksplisit, melainkan melalui simbol, gaya bahasa, dan pemilihan tema yang mencerminkan karakter atau kondisi emosional individu.

Sebagaimana dijelaskan oleh Zastrow dan Kirst-Ashman (2010), ekspresi diri dapat muncul melalui berbagai bentuk simbolik yang memungkinkan individu menyampaikan pengalaman, emosi, maupun pemikiran mereka dengan cara yang tidak langsung, namun tetap bermakna secara sosial. Dalam hal ini, konten berupa kutipan motivasi juga dapat berfungsi sebagai bentuk refleksi diri dan pengelolaan emosi. Media sosial, seperti TikTok, pada akhirnya menjadi ruang di mana individu tidak hanya membagikan isi pikirannya, tetapi juga membangun citra serta mencari koneksi emosional dengan audiens (Nasrullah, 2015).(ELI, 2025)

Ekspresi diri merupakan cara seseorang menunjukkan pikiran, perasaan, pengalaman, maupun identitas yang dimilikinya kepada orang lain. Setiap individu memiliki bentuk ekspresi yang berbeda-beda sesuai dengan karakter, lingkungan sosial, serta pengalaman hidup yang mereka alami. Melalui ekspresi diri seseorang dapat menyampaikan apa yang dirasakan dan dipikirkan tanpa harus selalu menggunakan komunikasi verbal. Ekspresi diri dapat terlihat melalui cara berbicara, berpakaian, berperilaku, hingga karya yang dihasilkan.

Dalam kehidupan sehari-hari, ekspresi diri memiliki peran dalam membantu individu membangun hubungan sosial dengan orang lain. Ketika seseorang mampu mengekspresikan dirinya secara tepat, oranglain akan lebih mudah memahami kepribadian, nilai, dan pandangan yang dimilikinya. Selain itu, ekspresi diri juga dapat menjadi sarana untuk meningkatkan rasa percaya diri karena seseorang memiliki kesempatan untuk menunjukkan jati dirinya secara lebih terbuka. Maka dari itu, kemampuan mengekspresikan diri menjadi salah satu aspek yang mendukung proses komunikasi yang efektif.

Perkembangan teknologi digital sudah memberikan ruang yang lebih luas bagi seseorang untuk melakukan ekspresi diri. Berbagai platform media sosial memungkinkan pengguna membagikan pemikiran, aktivitas, minat, maupun kreativitas mereka kepada khalayak yang lebih besar. Melalui unggahan foto, video, tulisan, atau bentuk konten lainnya, seseorang dapat membangun citra diri sekaligus berinteraksi dengan audiens yang beragam. Fenomena ini menunjukkan bahwa ekspresi diri tidak hanya terjadi dalam interaksi tatap muka, tetapi juga menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat di era digital.

1.8 Kerangka Teoritis

1.8.1 Teori Dramaturgi

1.0.1.1 Pengertian Teori Dramaturgi

Teori dramaturgi berkembang dari kajian sosiologi interaksionisme simbolik yang menekankan bahwa sosial dibentuk melalui interaksi antar individu. Erving Goffman mengembangkan pendekatan ini dengan

melihat bahwa dalam kehidupan sehari-hari, individu tidak hanya berinteraksi, tetapi juga menampilkan diri layaknya seorang aktor yang sedang memainkan peran di atas panggung.

Seiring perkembangan zaman, teori dramaturgi tidak hanya digunakan untuk menganalisis interaksi tatap muka, tetapi juga menjadi relevan dalam kajian komunikasi modern dan media sosial. Media sosial seperti TikTok dapat dipahami sebagai *front stage* digital, di mana individu secara sadar menampilkan citra diri tertentu melalui konten, gaya bicara, ekspresi, dan narasi personal. Sementara itu kehidupan di luar berfungsi sebagai *back stage*.

Goffman menganggap bahwa manusia merupakan aktor yang berusaha untuk menggabungkan keinginan dalam pertunjukan teater yang dibuat sendiri olehnya. Goffman melihat bahwa ada kesamaan antara pementasan teater dengan berbagai jenis peran yang dimainkan dalam interaksi dan tindakan sehari-hari. Teori dramaturgi dimaknai sebagai teori yang menjelaskan bahwa adanya interaksi sosial yang sama dengan pertunjukkan drama di atas panggung. Lebih jelas lagi, Goffman (Deddy Mulyana, 2018), menjelaskan konsep dramaturgi menurutnya individu berlomba-lomba untuk menampilkan dirinya sebaik mungkin. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan (*Impression*

Management), yaitu teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Dengan demikian, teori dramaturgi Erving Goffman menjadi landasan teori yang relevan untuk meneliti bagaimana mahasiswa membangun, menampilkan, dan mengelola identitas diri dalam kehidupan sehari-hari maupun di media sosial.

1.8.2 *Front Stage (depan panggung)*

Panggung Depan (*front stage*) merupakan bagian dari sebuah pertunjukan yang dilihat langsung oleh audiens. Ini adalah sebuah panggung yang mana aktor akan menampilkan penghayatan sesuai dengan peran yang dia mainkan dalam interaksi sosial. Disini pula seorang aktor akan menampilkan yang terbaik dengan cara memberikan sebuah gambaran diri yang dapat diterima oleh orang lain demi mendapatkan citra atau kesan yang baik juga di mata penonton. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Erving Goffman, sebenarnya pendekatan dramaturgi yang dilakukan lebih berfokus kepada cara berinteraksi manusia dimana ia ingin agar pesan yang diharapkan bisa sampai dan sama dengan orang yang dituju guna mendapatkan kesan dan citra baik dimata penonton (Ritzer, 2014).(Annisa, 2024)

Dalam perspektif dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, *front stage* merupakan ruang sosial tempat seseorang menampilkan dirinya dihadapan khalayak. Pada area ini, individu berusaha

menunjukkan perilaku, penampilan, serta cara berkomunikasi yang sesuai dengan harapan audiens. Segala tindakan yang ditampilkan biasanya telah dipertimbangkan terlebih dulu agar dapat menciptakan kesan tertentu. Maka dari itu, *front stage* dapat dipahami sebagai bagian dari kehidupan sosial yang memperlihatkan bagaimana seseorang memainkan peran yang ingin dilihat oleh orang lain.

Dalam konteks media sosial, *front stage* terlihat ketika pengguna secara sadar memilih konten yang akan dipublikasikan kepada pengikutnya. Seseorang dapat menampilkan sisi dirinya yang dianggap paling menarik, profesional, atau sesuai dengan citra yang ingin dibangun. Pemilihan foto, video, gaya bahasa, hingga topik yang dibahas menjadi bagian dari proses penyajian diri di ruang public digital. Melalui berbagai bentuk unggahan tersebut, pengguna berupaya membentuk persepsi tertentu sehingga audiens dapat mengenali identitas yang ingin ditonjolkan.

Pada penelitian ini, TikTok sebagai media ekspresi diri, *front stage* dapat terlihat dari cara dosen maupun mahasiswa menampilkan peran mereka melalui konten yang dibuat. Dosen cenderung memperlihatkan sisi profesional dengan membagikan informasi edukatif atau aktivitas akademik, sedangkan mahasiswa lebih sering menampilkan kehidupan sehari-hari, hobi, maupun tren yang sedang populer. Meskipun memiliki karakteristik yang berbeda, keduanya sama-sama melakukan pengelolaan penampilan diruang digital agar memperoleh respon positif dari audiens. Dengan demikian, *front stage* menjadi sarana bagi individu untuk

menampilkan identitas yang ingin diperlihatkan kepada public sesuai dengan tujuan dan kebutuhan mereka.

1.8.3 *Back Stage (belakang panggung)*

Back stage sebagai area ketika individu tidak sedang berhadapan langsung dengan orang banyak, sehingga perilaku yang ditampilkan cenderung lebih asli atau *natural* dan tidak terikat pada tuntutan sosial. Pada ruang ini, seseorang tidak harus mempertahankan citra tertentu sebagaimana ketika sedang berada di depan panggung (*front stage*). Back stage ini berfungsi sebagai tempat untuk mempersiapkan diri, merancang cara berkomunikasi, serta menunjukkan sisi personal yang biasanya tidak diperlihatkan kepada publik. (Mulyana,2017) menjelaskan bahwa kehidupan sosial dapat dianalogikan sebagai pertunjukan, di mana terdapat ruang belakang yang digunakan aktor untuk menyiapkan perannya sebelum tampil di hadapan audiens.

Dalam penggunaan TikTok sebagai media ekspresi diri, konsep *back stage* dapat terlihat melalui kegiatan dosen dan mahasiswa sebelum mempublikasikan konten. Misalnya, pengguna menentukan tema pembahasan, membuat alur video, menata pencahayaan, berlatih berbicara, hingga mengedit hasil rekaman agar sesuai dengan kesan yang ingin dibangun. Pada proses tersebut, individu masih berada di wilayah privat dan belum menampilkan dirinya kepada masyarakat luas. Hal ini menunjukkan bahwa konten di TikTok tidak selalu muncul secara spontan, melainkan melalui tahapan persiapan di balik layar. (Bungin,2015), menyatakan bahwa

media sosial menyediakan ruang bagi individu untuk membentuk dan mengelola identitas diri melalui proses pemilihan serta penyusunan pesan sebelum disebarluaskan.

Back stage merupakan ruang dimana seseorang dapat menampilkan dirinya secara lebih alami tanpa tekanan untuk memenuhi harapan audiens. Pada lingkup ini, individu tidak lagi berperan sebagaimana yang ditunjukkan di hadapan publik, melainkan lebih bebas mengekspresikan pikiran, perasaan, maupun perilaku yang sebenarnya. *Back stage* ini menjadi tempat bagi seseorang untuk beristirahat dari tuntutan peran sosial yang selama ini ditampilkan pada ruang publik.

Keberadaan *back stage* ini memiliki peran penting dalam proses pengelolaan diri karena memberikan kesempatan bagi individu untuk mempersiapkan, mengevaluasi, dan mengatur penampilan yang akan ditampilkan kepada orang lain. Melalui ruang ini, seseorang dapat menentukan bagaimana ia ingin dipersepsikan oleh audiens serta menyesuaikan perilaku yang dianggap sesuai dengan situasi tertentu. Maka dari itu, *back stage* tidak hanya menjadi ruang pribadi, tetapi juga berfungsi sebagai tempat untuk membangun dan mempersiapkan identitas yang nantinya akan ditampilkan pada ruang publik.

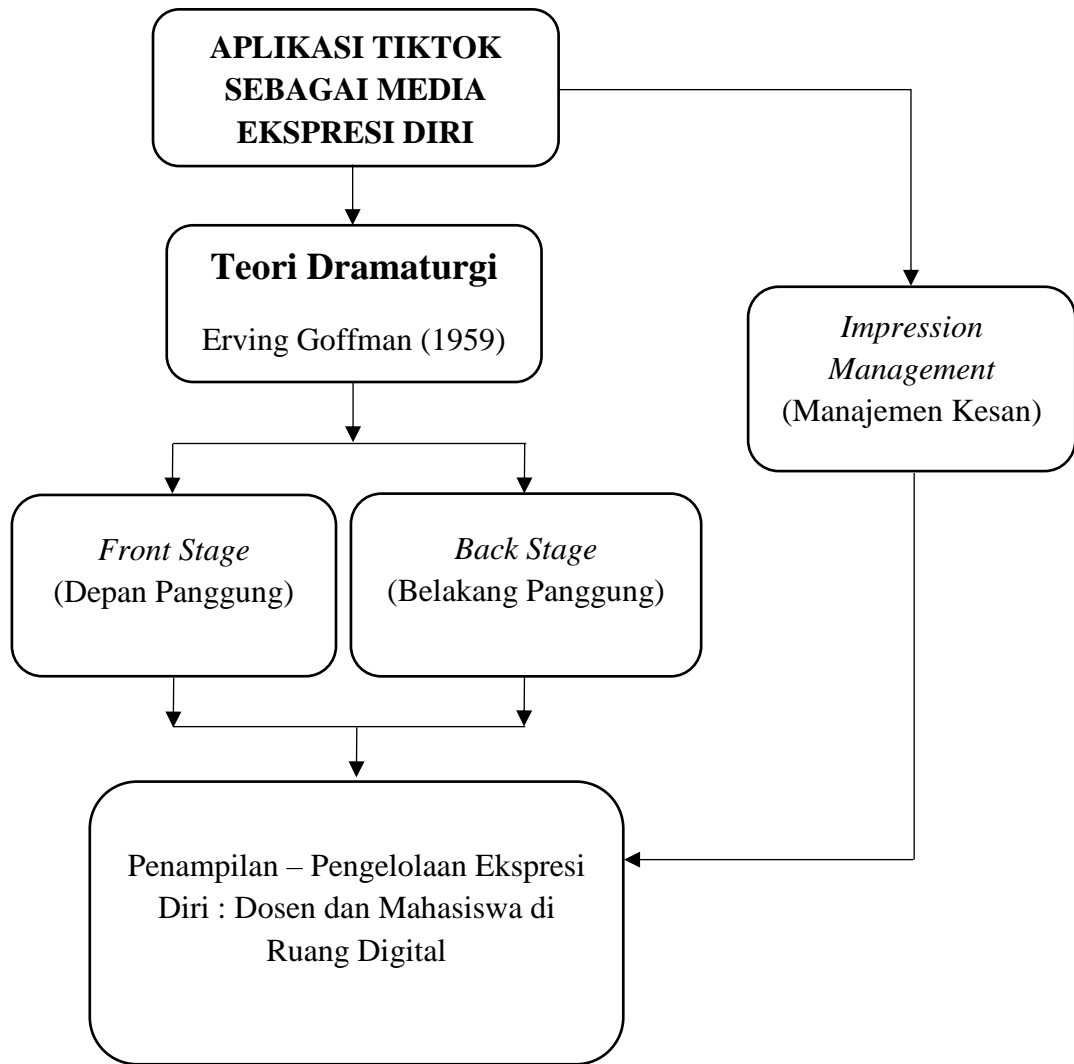
1.8.4 *Impression Management* (Pengelolaan Kesan)

Pengelolaan kesan adalah cara bagaimana seseorang dapat menampilkan dirinya demi mendapatkan kesan yang positif yang

diinginkan dari publiknya untuk suatu tujuan tertentu. Dalam konsep dramaturgi, Goffman menjelaskan bahwa Individu berlomba-lomba untuk menampilkan dirinya sebaik mungkin. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan (Impression Management), yaitu teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (D Mulyana & Rakhmat, 2010).

Jika dihubungkan dengan penggunaan TikTok sebagai media ekspresi diri, *impression management* terlihat dari bagaimana dosen dan mahasiswa memilih dan menampilkan konten tertentu sesuai dengan citra yang ingin dibangun. Dosen pada umumnya lebih menunjukkan sisi profesional dan edukatifnya, sementara mahasiswa cenderung mengikuti tren yang sedang ramai. Pemilihan tema, gaya penyampaian, ekspresi, sampai tampilan visual menjadi bagian penting dalam membentuk kesan pada audiens.

1.9 Kerangka Pemikiran



Tabel 1.2 Sumber : Modifikasi Peneliti (2026)