

## Representasi Diri dalam Media Sosial TikTok (Studi Panggung Depan dan Panggung Belakang Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman)

Heni Suswanti DwiHanggini<sup>1</sup>, Muslihudin<sup>2</sup>, Tyas Retno Wulan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Sosiologi, Universitas Jenderal Soedirman

e-mail: [heni.dwihanggini@mhs.unsoed.ac.id](mailto:heni.dwihanggini@mhs.unsoed.ac.id)<sup>1</sup>, [muslihudin@unsoed.ac.id](mailto:muslihudin@unsoed.ac.id)<sup>2</sup>,  
[tyas.wulan@unsoed.ac.id](mailto:tyas.wulan@unsoed.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Kepopuleran TikTok membuat banyak orang memilih untuk merepresentasikan dirinya di platform ini. Berbagai upaya dilakukan agar menjadi populer di TikTok. Biasanya orang yang populer di TikTok disebut sebagai Seleb TikTok. Kehidupan Seleb TikTok ini memiliki dua versi yaitu satu yang mereka perlihatkan di panggung depan dan satu yang tersembunyi pada panggung belakang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana panggung depan dan panggung belakang Seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan studi pustaka. Informan penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman yang memiliki akun TikTok dengan minimal 10.000 pengikut dan aktif membuat konten di TikTok. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada panggung depan Seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman memperhatikan penampilan diri dan pembawaan diri sedangkan pada panggung belakang menjelaskan motivasi penggunaan TikTok, cara mempertahankan popularitas, proses pembuatan konten TikTok dan dampak TikTok pada kehidupan mereka.

**Kata kunci:** *Representasi Diri, Seleb TikTok, Dramaturgi*

### Abstract

The popularity of TikTok has led many individuals to represent themselves on the platform, making efforts to gain popularity. Those who achieve popularity are commonly known as TikTok Celebrities. The lives of these TikTok Celebrities have two versions one displayed on the front stage and another hidden behind the scenes on the back stage. This research aims to explore the front and back stages of TikTok Celebrities among students of Jenderal Soedirman University. The study employs a qualitative descriptive method using interview, observation and literature review techniques. Participants are Jenderal Soedirman University students with TikTok accounts boasting a minimum of 10.000 followers, actively creating content. The findings indicate that on the front stage, TikTok Celebrities focus on appearance and demeanor, while on the back stage, they discuss motivation for using TikTok, strategies to maintain popularity, the TikTok content creation process, and its impact on their lives.

**Keywords :** *Self Representation, TikTok Celebrities, Dramaturgy*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang cepat membawa banyak perubahan pada kehidupan manusia baik itu secara sosial maupun budaya. Perkembangan teknologi memunculkan banyak media digital yang memudahkan seseorang dalam segala hal dengan memanfaatkan internet dalam mengaksesnya (Harnata et al., 2022). Masyarakat banyak menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan sebagai media eksistensi diri dengan menampilkan

foto, video, dan lain sebagainya yang ia peroleh (Lailiyah, 2015). Banyak aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat yang melibatkan media sosial seperti hiburan, berbisnis, mencari informasi dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *We Are Social Hootsuite*, pada Januari 2023 pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah 167 juta orang. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah TikTok dengan jumlah 113 juta pengguna dan rata-rata waktu yang dihabiskan di TikTok sebanyak 23,1 jam/bulan. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat. TikTok merupakan aplikasi jejaring sosial dan platform musik video yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit dan berbagi video pendek yang disertai filter serta musik sebagai pendukung. Kini TikTok banyak digemari oleh semua kalangan mulai dari anak kecil hingga orang tua. Hal ini dikarenakan banyak hal yang bisa didapatkan di TikTok seperti sebagai media hiburan, media pembelajaran, media kampanye, media promosi dan sebagai media untuk merepresentasikan diri.

Representasi diri erat kaitannya dengan media sosial yang meliputi foto atau video yang ingin diunggah. Hal ini terjadi karena media sosial sudah menjadi sebuah kebutuhan untuk masyarakat (Susilowati, 2018). Seseorang biasanya akan menampilkan sisi baik mereka dalam media sosialnya. Saat ingin mengunggah foto atau video ke media sosial seseorang sudah menyiapkan bentuk representasi diri dengan berbagai pertimbangan untuk menampilkan kesan terbaik pada diri mereka (Putri, 2016).

Kepopuleran TikTok membuat orang memilih untuk merepresentasikan dirinya di platform ini. Berbagai upaya dilakukan agar menjadi populer melalui TikTok. Orang yang terkenal di TikTok biasanya disebut dengan Seleb TikTok. Seleb TikTok ini biasanya dikenal karena karya atau kemampuannya untuk menarik perhatian penonton. Banyak orang yang ingin menjadi Seleb TikTok karena memiliki beberapa kelebihan seperti lebih diakui popularitasnya dalam pergaulan dan bisa mendapatkan penghasilan dari platform TikTok. Segala cara akan mereka lakukan untuk terus menjadi terkenal dengan melakukan hal yang bisa menarik minat banyak penonton baik itu yang sifatnya positif atau negatif, namun tidak semua yang mereka lakukan di TikTok sama dengan kehidupan sehari-hari mereka di dunia nyata. Banyak usaha yang dilakukan di belakang layar yang tidak diketahui oleh banyak orang. Kehidupan Seleb TikTok seperti memiliki dua versi yaitu satu yang ditunjukkan di panggung depan dan satu yang ditunjukkan di panggung belakang.

Erving Goffman menyebutnya sebagai teori dramaturgi yang mana dunia ini bagai panggung sandiwara yaitu seseorang akan memiliki karakter yang berbeda ketika berada di panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Hal ini seperti yang dijelaskan dalam penelitian Mauhibatillah (2022) bahwa Indra Kenz *Crazy Rich* Medan dan Doni Salmanan *Crazy Rich* Bandung selalu menampilkan hal baik dari dirinya di panggung depan untuk menutupi kedok mereka di panggung belakang agar korban mereka tertarik untuk bergabung dalam *trading binary option* (binomo) serta meraup keuntungan dari kalahnya korban. Penelitian lain yang dilakukan oleh Jannah & Fasadena (2023) menyatakan bahwa fenomena mandi lumpur dalam panggung depan menggambarkan seorang nenek yang mengguyur tubuh dengan air yang bercampur lumpur agar ia mendapat simpati dari penonton dan pada panggung belakang ada sutradara yaitu pemilik akun yang menyuruh nenek tersebut untuk mandi lumpur dan hasil dari live tersebut digunakan untuk foya-foya membeli barang mewah. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Kusumastuti (2022) yang menunjukkan bahwa citra diri yang dilakukan oleh Ariq Naufal pada media sosial TikTok membuat pandangan baru di masyarakat sebagai seorang arsitek karena biasanya seorang arsitek dikenal sebagai orang yang kaku dan *to the point*. Panggung depan yang ditunjukkan oleh Ariq pada media sosial TikTiknya adalah arsitek yang ramah dan dekat dengan masyarakat.

Seiring berjalannya waktu kini TikTok menjadi salah satu media yang memuat berbagai informasi mulai dari ilmu pengetahuan umum sampai dengan fenomena yang sedang ramai. Hal ini kemudian menjadikan pengguna TikTok semakin bertambah hingga ke ranah pendidikan yaitu para civitas akademik khususnya mahasiswa. Mahasiswa yang

berfungsi sebagai agen perubahan memanfaatkan TikTok sebagai wadah untuk berkarya dan berkreasi. Berdasarkan hasil pra survei peneliti, fenomena representasi diri ini terjadi pada mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman yang sering membuat video-video TikTok dan mengunggahnya. Beberapa mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman berhasil mengumpulkan banyak pengikut di akun mereka sehingga mereka bisa disebut sebagai Selebriti TikTok atau yang biasa dikenal dengan Seleb TikTok.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian "Representasi Diri dalam Media Sosial TikTok (Studi Panggung Depan dan Panggung Belakang Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman)" untuk mengetahui panggung depan dan panggung belakang Seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan, mengilustrasikan, menjelaskan kondisi, situasi, sudut pandang dan fenomena sosial yang ada pada seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman. Penelitian ini dilakukan di Universitas Jenderal Soedirman. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman yang memiliki akun TikTok dengan minimal 10.000 pengikut dan aktif membuat konten di TikTok. Alasan diambilnya 10.000 pengikut karena dengan jumlah tersebut pengguna TikTok bisa mendapatkan penghasilan dengan monetisasi atau melalui *endorsement* dan *gift* yang diberikan saat live TikTok.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan studi pustaka. Wawancara dilakukan kepada informan agar bisa mengetahui kehidupan informan yang sebenarnya. Observasi yang peneliti lakukan dengan mengamati akun TikTok serta video-video yang dibuat dalam akun TikTok informan. Studi pustaka dilakukan dengan mencari buku-buku ilmiah, jurnal atau tulisan ilmiah yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Data yang sudah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan model analisis interaktif dari Miles, Huberman dan Saldana (2014) yang meliputi empat komponen yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Setiap komponennya dilakukan secara berulang-ulang hingga mendapatkan simpulan yang sempurna.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berbicara mengenai panggung depan dan panggung belakang Seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman, peneliti menggunakan teori dramaturgi dari Erving Goffman. Erving Goffman merupakan seorang sosiolog yang terkenal di abad ke 20. Dalam pemikirannya Goffman menggambarkan bahwa dunia ini bagai panggung sandiwara dimana seseorang memiliki penampilan diri yang berbeda ketika dipanggung depan (*front stage*) dan ketika di panggung belakang (*back stage*) (Suciptaningsih, 2017). Banyak persamaan antara pertunjukan teater dengan peran serta tindakan yang kita jalani di kehidupan nyata. Selayaknya aktor diatas panggung, aktor sosial mempresentasikan diri, memainkan peran dan karakter serta bermain dalam sebuah adegan-adegan ketika berinteraksi dengan orang lain (Mutia, 2017). Seseorang akan melakukan perilaku-perilaku atau pengelolaan kesan yang mendukung perannya untuk mencapai suatu tujuan (Tiara, 2021). Hal ini juga dilakukan oleh para Seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman dengan membangun kesan yang baik untuk pengikutnya agar memiliki citra diri yang positif. Dibalik semua yang dilakukan di depan layar ada hal yang tidak diketahui oleh para pengikutnya.

Dalam penelitian ini melibatkan 5 informan yaitu mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman yang memenuhi kriteria. Berikut inisial nama dari informan:

**Tabel 1 Data Informan**

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan	Angkatan	Jumlah Pengikut
1.	Fahdan	Laki-Laki	Ilmu Hukum	2020	3,2 juta
2.	Aghna	Perempuan	Kedokteran Umum	2021	128,4 ribu
3.	Melva	Perempuan	Ilmu Hukum	2023	22,2 ribu
4.	Hanima	Perempuan	Kedokteran Gigi	2021	20,1 ribu
5.	Sofi	Perempuan	Sosiologi	2020	14,6 ribu

### 1. Panggung Depan Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman

Setiap orang pasti ingin menampilkan penampilan diri yang paling baik di depan banyak orang. Seseorang menunjukkan pengelolaan kesan dalam usaha menampilkan citra diri dan sikap di panggung depan. Dalam panggung depan informan menunjukkan sosok atau identitas sebagai seorang Seleb TikTok dimana pengelolaan kesan bertujuan untuk mendapatkan kesan yang baik. Informan berusaha untuk membangun dan menampilkan kesan yang mereka inginkan melalui konten-konten TikTok yang meliputi penampilan diri dan pembawaan diri. Konten-konten TikTok dari informan yaitu *a day in my life*, tips-tips untuk anak kos, *review* produk, motivasi dan tips-tips dunia perkuliahan.

Penampilan diri merupakan hal yang penting bagi seorang Seleb TikTok. Hal ini dikarenakan penampilan itulah yang pertama kali dilihat oleh penonton ketika melihat video-video yang disuguhkan. Penampilan yang enak dipandang bisa membuat orang lain merasa nyaman, betah dan senang (Nur, 2017).

Informan yang merupakan Seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman juga sangat memperhatikan penampilannya dalam akun media sosial TikToknya. Hal ini bisa dilihat dalam video-video yang dibuat, mereka menggunakan pakaian yang modis agar terlihat keren dan menarik bagi penontonnya. Informan mengatakan bahwa ketika akan membuat konten di TikTok mereka akan sangat menyiapkan pakaian yang digunakan. Untuk menunjang penampilannya mereka menggunakan pakaian bermerek dan jarang dipakai disetiap videonya.

“Aku kalau mau bikin konten selalu menggunakan pakaian yang bagus, terus juga aku selalu merhatiin baju ini udah pernah aku pakai belum di video-video aku yang lain.” (Melva, 27 Oktober 2023)

“Emang sih semenjak jadi Seleb TikTok ngga bisa dipungkiri apa yang dipakai diperhatikan banget. Terus juga baju, celana gitu jadi berubah, sekarang emang sering pakai barang-barang yang *branded*.” (Fahdan, 2 November 2023)

“Kalau aku sih lebih merhatiin ke kerudung yang aku pakai sih. Biasanya aku suka milih oh kerudung ini kemarin dipakai di konten jadi nanti selanjutnya ngga aku pakai biar yang nonton mikirnya kerudungnya kok pake itu itu mulu.” (Hanima, 5 November 2023)

Selain dari pakaian yang digunakan, informan juga memperhatikan *make up* atau riasan wajah yang mereka gunakan. Biasanya dalam membuat konten di TikTok informan menggunakan *make up* agar wajah terlihat lebih segar dan juga enak untuk dipandang oleh pengikutnya. Terlebih jika mereka membuat konten yang berkaitan dengan kerja sama atau *endorsement* dengan suatu produk. Riasan merupakan suatu

usaha untuk mempercantik wajah dengan menonjolkan bagian yang indah dan menutupi kekurangan yang ada serta meningkatkan rasa percaya diri (Soehardi & Soehardi, 2019).

“Biasanya sih kalau bikin video aku pakai *make up* tipis-tipis aja kaya *cushion* sama *lip tint*. Tapi kalau buat video *endorse* ya pasti aku *make up* yang niat banget. Paling kalau ngga pakai *make up* buat video *a day in my life* yang pas bangun tidur sih.” (Melva, 27 Oktober 2023)

“Kalau mau buat video TikTok sih aku *make up* nya biasa aja sih kaya mau ke kampus gitu. Tapi emang yang harus *make up* banget kalau bikin video *endorse* soalnya biar bisa menarik yang nonton, kecuali kalau produk yang emang buat bersihin muka gitu sih ngga *make up*.” (Hanima, 5 November 2023)

“Ya *make up* aku biasa aja sih kaya sehari-hari ngampus, paling ya emang kalo ada *endorse* biasanya ada yang emang ngeharusin *make up* banget.” (Aghna, 16 november 2023)

Selanjutnya pembawaan diri informan dalam akun TikToknya yang menunjukkan sikap positif seperti ramah, peduli dengan pengikutnya dan ceria. Sikap peduli dengan pengikutnya ditunjukkan oleh Fahdan yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada para pengikutnya lewat video TikTok yang dibuat atau saat melakukan *live* di TikTok. Fahdan sering mengingatkan pengikutnya untuk tidak larut dalam kesedihan ketika menghadapi masalah, mengingatkan mereka untuk menjaga kesehatan dengan tidak lupa makan dan tidak tidur larut malam. Kepedulian Fahdan juga membuat penggemarnya sering kali menganggapnya sebagai pacar *online*. Kepedulian dan sikap ramah kepada pengikutnya juga ditunjukkan oleh informan lainnya yaitu Hanima, Melva, Aghna dan juga Sofi yang sering menuruti pengikutnya untuk membuat konten yang mereka inginkan, misalnya ketika pengikutnya ada yang meminta untuk dibuatkan video *review* produk atau *a day in my life* mereka akan menuruti dan segera membuatnya. Keramahan juga sering informan tunjukan dengan sering membalas komentar atau pesan dari pengikutnya di akun TikTok.

“Aku selalu bales yang pada DM ke aku sih, biasanya aku balesin ‘halo’ semua.” (Fahdan, 2 November 2023)

“Aku biasanya suka baca di notif kan ada ya chat gitu, jadi kalau aku baca sekalian aku balas.” (Aghna, 16 November 2023)

Dalam membuat konten TikTok mereka juga selalu berbicara dengan nada yang ceria dan suara yang jelas. Hal ini bertujuan agar penonton tertarik untuk menonton video yang dibuat. Selain dari pembawaan yang ceria, mereka juga selalu menggunakan gestur tubuh yang bisa membantu mereka mengkomunikasikan secara jelas maksud dari pesan yang disampaikan.

“Pas bikin video masak ala anak kos pastinya aku pakai nada yang ceria ya, soalnya biar yang nonton juga tertarik sama video yang aku buat.” (Sofi, 10 November 2023)

“Aku bikin konten selalu dengan nada yang ceria karena aku itu pengen orang-orang kenal aku sebagai anak yang ceria.” (Melva, 27 Oktober 2023)

“Aku bikinnya pastinya kaya ceria gitu ya apalagi kalau lagi *endorse* biar yang nonton juga tertarik buat nyimak video aku.” (Hanima, 5 November 2023)

Salah satu informan yaitu Fahdan juga memiliki gaya yang sangat khas yaitu nada ketika dia mengatakan “sayang” kepada pengikutnya. Hal ini juga disampaikan oleh Fahdan dalam *live* TikTiknya ketika dia berkata “sayang” itu sudah khas dengan nada dan suara dia yang tidak bisa disamakan dengan orang lain. Ciri khas tersebut selalu ditampilkan Fahdan sebagai pembukaan dalam video-video yang ia buat.

## 2. Panggung Belakang Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman

Panggung belakang merupakan tempat untuk aktor mempersiapkan perannya. Pada panggung belakang banyak hal yang tidak diketahui oleh khalayak mengenai seorang aktor. Goffman menggambarkan bahwa seorang aktor berharap khalayak dari pertunjukan depan tidak muncul pada pertunjukan belakang (Mauhibatillah et al., 2022). Banyak hal-hal di panggung belakang yang tidak terlihat saat aktor berada di panggung depan, dapat dikatakan bahwa panggung belakang merupakan jati diri aktor yang sebenarnya (Anindhita, 2018).

Seleb TikTok Universitas Jenderal Soedirman pun memiliki kehidupan yang tidak diketahui oleh pengikutnya. Wawancara yang peneliti lakukan dengan para informan berhasil menguak sisi yang tidak diketahui oleh pengikut akun TikTok mereka mulai dari motivasi menggunakan TikTok, cara mempertahankan popularitas, proses pembuatan konten di TikTok sampai dampak TikTok ke kehidupan pribadi mereka.

Awal mula informan menggunakan TikTok karena iseng. Mereka mengunduh dan menggunakan TikTok karena media sosial ini sangat ramai dan sangat digandrungi oleh masyarakat. Ketika konten-konten mereka mulai ramai dan mendapatkan banyak pengikut mereka merasa senang dan ternyata TikTok ini bisa menghasilkan uang untuk mereka. Hal ini kemudian membuat informan semakin giat untuk membuat konten dan menggunakan TikTok. Salah satu dari informan juga sempat dilarang oleh orang tuanya untuk bermain TikTok, namun setelah tahu anaknya bisa menghasilkan banyak uang dari TikTok, orang tua tersebut kemudian sangat mendukung anaknya untuk terus membuat konten di TikTok.

“Ya ngga munafik sih emang aku pakai TikTok ya karena bisa cari uang disana, lumayanlah buat anak kos.” (Hanima, 5 November 2023)

“Awalnya aku tuh ngga dibolehin sama orang tua buat main TikTok, tapi pas mereka tau aku bisa dapat uang dari TikTok akhirnya mereka mendukung. Penghasilan aku dari hasil main TikTok juga ngebuat aku udah ngga pernah minta uang lagi sama orang tua sampai sekarang.” (Aghna, 16 November 2023)

Penghasilan yang banyak di dapatkan oleh informan berasal dari *endorsement* dan TikTok *affiliate*. Ada juga yang mendapatkan penghasilan dari hasil *live* TikTok, namun hasilnya tidak sebanyak dari *endorsement* dan TikTok *affiliate*. Bukan hanya uang saja tetapi Seleb TikTok juga bisa mendapatkan barang gratis dari hasil TikTok *affiliate*. Informan juga sering mendapat beberapa keuntungan dari satu produk saja yaitu ketika dia mendapat *endorse* dia akan dikirimkan barang secara gratis dan akan mendapat upah atau ketika dia mendapat *endorse* dan dia juga melakukan *affiliate* terhadap produk tersebut.

“Enaknya tuh kalau aku butuh sesuatu aku bisa mengajukan permintaan sampel barang dan itu gratis. Nanti aku tinggal bikin *review* produknya aja di TikTok aku. Selain dapat barang secara gratis aku juga dapat uangnya entah itu dari pihak yang mengendorse atau dari *affiliate*.” (Sofi, 10 November 2023)

“Penghasilan aku kadang *double* dari satu produk itu, kan dikasih uang dari *brand* nah nantinya barang yang aku promosiin itu juga aku *affiliatein* gituloh.” (Aghna, 16 November 2023)

Banyaknya pengikut memang memudahkan mereka untuk mendapatkan *endorse* dari suatu produk, maka dari itu mereka memiliki cara untuk mempertahankan popularitas yang sudah mereka raih. Informan mempertahankan popularitasnya dengan rutin dan konsisten membuat konten video di TikTok setiap hari. Konten yang mereka buat juga tidak melulu mengenai *a day in my life*, *review* produk atau kata-kata motivasi. Informan juga mengikuti konten-konten yang sedang *trend* di TikTok seperti *dance-dance* yang banyak dibuat oleh orang-orang di TikTok.

“Aku tiap hari tuh bikin konten terus bisa sampai sepuluh video sih. Aku juga nargetin dalam sehari itu pokoknya video aku harus ada yang FYP (*For Your Page*).” (Fahdan, 2 November 2023)

“Aku pertahanin pengikut aku dengan sering bikin konten aja sih. Terus tiap ada yang lagi *trend* aku juga pasti bikin video itu.” (Melva, 27 Oktober 2023)

“Aku pokoknya tiap hari harus bikin konten biar pengikut aku tahu kalau akun aku itu aktif.” (Hanima, 5 November 2023)

Dalam membuat konten-konten di TikTok ada sejumlah persiapan dan proses yang dilalui hingga menghasilkan video yang bisa ditonton di akun TikTok pribadi informan. Pembuatan konten mereka biasanya memperhatikan pencahayaan, kualitas video dan juga posisi pengambilan video agar menghasilkan video yang bagus. Informan biasanya menggunakan *ringlight* untuk mendukung pencahayaan mereka agar video terlihat lebih bagus. Pengambilan video menggunakan *handphone* dengan merek Apple, hal ini karena kualitas video yang dihasilkan lebih jernih dan lebih stabil. Pembuatan konten juga menggunakan *stand holder* untuk memudahkan mencari posisi dalam pengambilan video.

“Aku pakai lampu buat pencahayaan, soalnya cahaya itu ngaruh banget biar videonya keliatan lebih bagus.” (Melva, 27 Oktober 2023)

“Aku dulu pakai HP andorid jarang banget bikin video TikTok, karena hasilnya ngga se bagus kalau pakai iPhone sih. Rajin ngonten semenjak ganti HP Iphone ini” (Sofi, 10 November 2023)

“Selain pakai *ringlight* aku juga pakai *stand holder* buat bikin video, soalnya emang ngegampangin buat *take* videonya dan bisa ngatur posisi dimana aja.” (Hanima, 5 November 2023)

Dalam proses pembuatan video juga biasanya membutuhkan waktu yang agak lama dan akan diulang-ulang sampai informan merasa video tersebut sudah pas. Contohnya ketika akan membuat video *a day in my life* mereka harus bangun lebih awal karena akan menyita waktu dua kali lipat dari waktu biasanya.

“Kalau mau bikin *a day in my life* biasanya aku siap-siap lebih awal karena itu *take* nya lama banget. Contohnya nih ya kita pas keluar rumah, disitu kita harus naruh HP dulu terus masuk rumah lagi pura-pura buka pintu, keluar rumah terus nanti kita ambil lagi HP nya.” (Aghna, 16 November 2023)

“Biasanya kalau aku mau bikin video *a day in my life* aku selalu bangun lebih awal. Soalnya kan aku bikin video bener-bener dari aku bangun pagi ya, jadi ntar siap-siapnya agak lama karena harus sambil *take* video.” (Hanima, 5 November 2023)

Setelah membuat video biasanya akan ada pengeditan dalam video tersebut sebelum di unggah. Informan menjelaskan dalam mengedit mereka melakukannya sendiri tanpa meminta bantuan orang lain. Bahkan ada salah satu informan yang awalnya tidak bisa mengedit dan akhirnya dia belajar mengedit video agar terlihat lebih bagus di TikTok.

Memiliki banyak pengikut juga memberikan dampak besar bagi kehidupan Seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman. Semakin banyak mereka dikenal orang dan populer di TikTok maka akan semakin besar pengaruh TikTok dalam kehidupan mereka. Penghasilan yang didapatkan dari TikTok banyak mengubah kehidupan mereka seperti bisa membeli barang-barang yang diinginkan dengan mudah dan pergi ke tempat yang diinginkan. Bahkan ada salah satu informan yang bisa pergi ke luar negeri dengan uang hasil dari dia membuat konten di TikTok. Selain dari segi *financial*, di lingkungan pergaulan mereka juga disegani karena memiliki banyak pengikut di TikTolnya. Mereka juga menjadi kenal dengan banyak orang yang memiliki status sosial yang tinggi. Ketika mereka pergi ke suatu tempat mereka juga disapa oleh orang yang tidak dikenal dan diajak untuk foto bareng.

Dibalik dampak positif tersebut tentunya juga ada dampak negatif yang mereka rasakan karena menjadi Seleb TikTok. Jika ada orang yang suka maka akan ada orang yang tidak suka dengan diri kita. Banyak orang yang terang-terangan menunjukkan ketidaksukaan terhadap informan baik itu melalui komen di akun TikTok atau melalui pesan yang dikirimkan. Informan memilih untuk tidak menanggapi hal itu dan tidak memikirkan terhadap komentar buruk yang diberikan kepada mereka. Informan menganggap bahwa itu memang sudah menjadi risiko mereka sebagai Seleb TikTok. Dalam kehidupan pribadi informan juga memiliki perbedaan dengan apa yang mereka tampilkan di akun TikTok. Sifat kepedulian yang ada di TikTok ternyata tidak sesuai dengan kenyataan. Kehidupan nyata mereka sebenarnya memiliki sifat yang cuek terhadap apapun.

“Banyak yang ngebully sih awalnya pas aku bikin konten, terus ada juga yang bilang kalau aku sombong lah, terus jijik lah sama konten aku. Tapi yaudah aku ngga ambil pusing, aku biarin aja dan ngga ngaruh si ke aku. Sebenarnya aku juga beda banget kalau di TikTok dan aslinya. Aslinya akutuh anaknya cuek.” (Fahdan, 2 November 2023)

“Banyak banget yang bully aku di TikTok, ngata-ngatain fisik aku gendut lah terus disuruh diet lah. Aku juga sering dibilangin olahraga terus tapi ngga kurus-kurus, tapi aku biarin aja sih soalnya jujur aku anaknya cuek banget sama omongan orang lain. Paling aku cuma respon yang positif-positif aja.” (Aghna, 16 november 2023)

## SIMPULAN

Panggung depan yang dibangun dan ditampilkan oleh Seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman bertujuan untuk mendapatkan kesan yang mereka inginkan. Dalam membangun panggung depan mereka memperhatikan penampilan diri dan pembawaan diri mereka di TikTok. Ketika akan membuat konten di TikTok mereka sangat memperhatikan pakaian yang dikenakan dan riasan wajah untuk menunjang penampilan mereka di video yang dibuat. Pembawaan yang ditunjukkan dalam akun TikTok seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman adalah pribadi yang ramah, peduli dan ceria.

Panggung belakang yang dimiliki oleh Seleb TikTok Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman menjelaskan mengenai motivasi menggunakan TikTok, cara untuk mempertahankan popularitas, proses pembuatan konten di TikTok serta dampak TikTok bagi kehidupan mereka. Motivasi menggunakan TikTok dari Seleb TikTok mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman adalah adanya penghasilan yang bisa didapatkan jika mereka memiliki

banyak pengikut di TikTok. Cara mereka mempertahankan popularitas dengan rutin dan konsisten dalam membuat video setiap harinya. Dalam pembuatan video TikTok mereka menggunakan alat-alat penunjang seperti *ringlight* dan *stand holder*. Dampak yang dirasakan dari menjadi populer di TikTok yaitu mereka bisa membeli barang dan pergi ke suatu tempat dengan mudah, banyak mendapatkan relasi dan banyak mendapatkan komentar buruk. Berbeda dengan panggung depan yang mereka tampilkan yang merupakan sosok peduli terhadap pengikutnya, di kehidupan nyata mereka memiliki sifat yang cuek terhadap orang lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anindhita, W. (2018). Dramaturgi dibalik kehidupan social climber. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 6(1).
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 7(2).
- Harnata, A. A., & Prasetya, B. E. A. (2022). Gambaran Perasaan Insecure di Kalangan Mahasiswa yang Mengalami Kecanduan Media Sosial Tiktok. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(3), 823-830.
- Jannah, W., & Fasadena, N. S. (2023). Fenomena Mandi Lumpur Live di Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman. *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2(2), 152-164.
- Kusumastuti, R. D. (2022). Citra Diri Profesi Arsitek di Media Sosial TikTok: Studi Kasus terhadap Personal Branding Ariq Naufal pada Akun@ Riqmann. *Brand Communication: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 234-240.
- Lailiyah, N. (2015). Presentasi Diri Netizen dalam Konstruksi Identitas di Media Sosial dan Kehidupan Nyata. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(2), 103-110.
- Mauhibatillah, N. (2022). Dramaturgi: Budaya Flexing Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan). *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, 7(1), 01-14.
- Miles, Matthew B, Huberman, A. Michael, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis. A Methods Sourcebook (Third Edit)*. SAGE Publication.
- Nur, M. (2017). Kualitas Pelayanan Prima pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan. *Jurnal Office*, 3(1), 72-78.
- Pratiwi, C. S. (2022). Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital. *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2(1), 50-65.
- Putri, E. (2016). Foto diri, representasi identitas dan masyarakat tontonan di media sosial Instagram. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 3(1), 80-97.
- Soehardi, F., & Soehardi, D. V. L. (2019). Pelatihan Tata Rias Wajah Sehari-Hari Pkk Bukit Bestari Kota Tanjung Pinang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 156-165.
- Suciptaningsih, O. A. (2017). Hedonisme dan Konsumerisme dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 28.
- Susilowati, S. (2018). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai personal branding di Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun@ bowo\_allpennliebe). *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176-185
- Tiara, G. (2021). Dramaturgi pengelolaan kesan konten kreator di media sosial Instagram. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 6(3), 14-24.