

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan media sosial telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan mempresentasikan diri. Media sosial adalah platform digital atau situs web yang memfasilitasi interaksi, pertukaran informasi, dan berbagi konten antara pengguna secara online. Tujuan utama dari media sosial adalah memungkinkan pengguna untuk terhubung, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam berbagai bentuk interaksi online. Media sosial mencakup berbagai jenis platform, termasuk jejaring sosial, mikroblogging, forum online, dan situs berbagi video, yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan mendistribusikan konten mereka (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Karakteristik utama dari media sosial melibatkan partisipasi aktif dari pengguna dalam pembuatan dan berbagi konten, membangun jejaring dengan orang lain, dan berinteraksi dalam lingkungan online (Supratman, 2018). Platform-media sosial juga sering memanfaatkan teknologi yang memungkinkan pengguna untuk memberikan tanggapan dalam bentuk komentar, suka, dan berbagai bentuk umpan balik lainnya. Media sosial telah memainkan peran penting dalam mengubah cara orang berkomunikasi, berbagi informasi, dan terlibat dalam aktivitas online. Jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, serta platform berbagi

video seperti YouTube, dan TikTok adalah contoh media sosial yang populer dan memiliki dampak besar dalam budaya digital kontemporer.

Identitas digital adalah perpanjangan dari diri fisik ke dalam ruang virtual, dan media sosial seperti TikTok memberikan platform untuk membangun dan menyampaikan identitas tersebut. Munculnya era konten kreator telah menggeser paradigma konsumsi media dari pasif menjadi aktif (Hafidh et al., 2023). TikTok memungkinkan individu untuk menjadi pembuat konten, yang pada gilirannya mempengaruhi bagaimana mereka membangun dan mengkomunikasikan identitas diri mereka melalui video singkat.

Konten kreator adalah individu atau kelompok orang yang aktif dalam menciptakan, menghasilkan, dan membagikan konten di berbagai platform, seperti media sosial, blog, YouTube, podcast, TikTok dan platform digital lainnya (Husna, 2019). Mereka sering kali memiliki keterampilan dalam bidang tertentu atau minat khusus yang mereka tuangkan ke dalam karya-karya kreatif mereka. Konten kreator dapat mencakup berbagai genre, termasuk seni, hiburan, pendidikan, hingga ulasan produk.

TikTok adalah platform media sosial dan aplikasi berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video pendek. Aplikasi ini dikenal dengan format video singkatnya, yang memiliki durasi sekitar 15 hingga 60 detik. TikTok pertama kali diluncurkan oleh perusahaan teknologi Tiongkok, ByteDance, pada tahun 2016 dengan nama Douyin untuk pasar Tiongkok. Kemudian, pada tahun 2018, aplikasi ini diperkenalkan ke pasar internasional dengan nama TikTok. Fitur kunci dari TikTok melibatkan kreativitas

pengguna dalam membuat video pendek yang seringkali disertai dengan musik, efek visual, dan filter. Pengguna dapat membuat berbagai jenis konten, mulai dari tarian, lip-sync, komedi, hingga tutorial. Aplikasi ini telah menjadi sangat populer, terutama di kalangan remaja dan kaum muda dewasa, dan telah menciptakan tren dan tantangan viral yang cepat menyebar (Kesuma & Tamburian, 2021).

TikTok menawarkan berbagai alat pengeditan dan efek kreatif yang memudahkan pengguna untuk menghasilkan konten yang menarik secara visual. Selain itu, platform ini menggunakan algoritma pembelajaran mesin untuk menyajikan konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna, membuat pengalaman menjelajah TikTok menjadi unik bagi setiap individu. TikTok juga memberikan pengguna kesempatan untuk berinteraksi dengan konten melalui like, komentar, dan berbagi video (Kesuma & Tamburian, 2021). Platform ini telah menjadi fenomena global dan memainkan peran penting dalam budaya digital kontemporer serta memperlihatkan pengaruh besar dalam industri hiburan dan pemasaran digital.



Gambar 1. 1 Logo TikTok

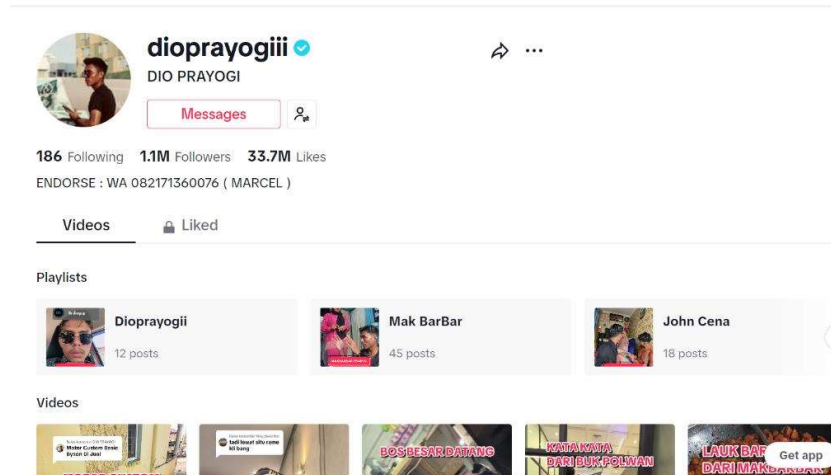
Dio Prayogi sebagai konten kreator TikTok memiliki potensi untuk memberikan wawasan tentang bagaimana individu memanifestasikan diri mereka

dalam lingkungan digital yang unik ini. Bagaimana ia membangun identitas diri dan berkomunikasi dapat memberikan gambaran lebih mendalam tentang pengaruhnya terhadap budaya populer dan pola pikir pengikutnya. Identitas diri mengacu pada persepsi dan pemahaman seseorang tentang siapa dirinya, yang mencakup elemen-elemen seperti karakteristik pribadi, nilai-nilai, keyakinan, dan pengalaman hidup yang membentuk identitas unik mereka. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang diri sendiri dan cara individu mengidentifikasi dan mengartikan diri mereka dalam konteks sosial, budaya, dan pribadi (Nuraini, 2016).

Dio Prayogi adalah bagian dari generasi muda yang tumbuh dan berinteraksi dalam dunia digital. Analisis tentang cara dia membangun identitasnya dalam platform ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana masyarakat muda merasakan, mengkomunikasikan, dan mengadopsi nilai-nilai mereka dalam konteks digital. Dio Prayogi dikenal karena konten-kontennya yang kreatif dan unik di TikTok (Mandira & Yulia Carey, 2023). Dio Prayogi menggunakan bentuk komunikasi digital dengan proses interaksi verbal dan non verbal.

Komunikasi verbal melibatkan penggunaan kata-kata atau bahasa lisan untuk menyampaikan pesan. Ini dapat mencakup percakapan sehari-hari, pidato, presentasi, atau bentuk komunikasi lisan lainnya. Komunikasi verbal bisa sangat ekspresif dan memberikan kemampuan untuk menyampaikan informasi yang kompleks. Pemilihan kata, intonasi suara, dan kecepatan bicara semuanya merupakan bagian dari komunikasi verbal (Sabka et al., 2019). Komunikasi non-verbal adalah bentuk komunikasi yang tidak melibatkan kata-kata atau bahasa lisan. Ini mencakup ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, isyarat tangan, dan

aspek-aspek lainnya yang dapat menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Komunikasi non-verbal seringkali bersifat lebih spontan dan dapat memberikan wawasan tambahan tentang perasaan atau niat seseorang. Ini dapat memperkaya atau memodifikasi pesan verbal yang disampaikan.



Gambar 1. 2 Profil TikTok Dio Prayogi
Sumber : @dioprayogiii

Penelitian tentang konstruksi komunikasi dan identitas dirinya dapat membongkar strategi-strategi yang dia gunakan untuk menarik perhatian, menghibur, dan terhubung dengan audiensnya (Hafiidh et al., 2023). Dio Prayogi sering menggunakan efek visual dan musik yang menarik dalam kontennya. Konten kreator dengan pengikut yang besar sering kali menjadi pilihan untuk kerja sama dalam kampanye pemasaran dan periklanan. Penelitian ini dapat membantu merek dalam memahami kesesuaian antara identitas Dio Prayogi dan nilai merek mereka.

Ketika pengguna TikTok menciptakan konten, mereka menggali potensi dan kemampuan intrinsik dalam diri mereka untuk menghasilkan konten yang optimal, mendorong kepercayaan diri mereka dalam mempublikasikan karya mereka kepada

pengikut. Tidak jarang, proses ini bahkan menjadi rutinitas bagi mereka, yang menghasilkan konten secara konsisten (Abidin et al., 2023). Hal ini menciptakan dinamika baru dalam bagaimana komunikasi dan identitas dibangun dalam dunia virtual. Durasi pendek video TikTok memaksa kreator untuk menyampaikan pesan secara singkat dan efektif. Ini memerlukan pemilihan konten yang dapat mencerminkan identitas diri dalam waktu yang terbatas, mendorong pemilihan elemen-elemen yang paling relevan.

TikTok sangat dipengaruhi oleh tren visual dan estetika (Arifiah et al., 2023). Analisis terhadap bagaimana konten kreator memilih elemen visual, gaya, dan filter untuk membangun citra diri dapat memberikan wawasan tentang nilai-nilai dan preferensi yang ingin mereka sampaikan. Respons dan interaksi dari pengguna lain (likes, komentar, dan berbagi ulang) dapat mempengaruhi bagaimana konten kreator membangun identitas mereka. Apa yang mendapatkan tanggapan positif cenderung diteruskan atau ditekankan dalam konten selanjutnya. TikTok dapat memengaruhi cara individu merasakan identitas mereka, serta bagaimana budaya populer dihasilkan dan dikonsumsi. Analisis ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana identitas pribadi dan kolektif terbentuk dan diterima dalam konteks yang lebih luas.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Ida Ayu Nyoman Sutriani, 2022) penelitian yang berjudul “Aktualisasi Diri Dan Media Sosial (Dramatugi Kaum Milenial Dalam Media Sosial TikTok)”. Penelitian ini juga menunjukkan mengenai peran media sosial tiktok sebagai sarana interaksi, komunikasi, dan hiburan, serta dampaknya tidak adanya atau berkurangnya ruang privasi. Penelitian ini juga

mengeksplorasi prinsip-prinsip etika yang seharusnya diterapkan dalam konteks media sosial. Dalam lingkungan generasi milenial, fenomena menarik yang diamati adalah penggunaan media sosial sebagai wadah untuk ekspresi diri dan aktualisasi identitas, serta cara konstruksi identitas ini dilakukan.

Teori yang terkait dengan identitas diri dalam ranah ilmu komunikasi dikaji dalam teori presentasi diri (*self presentation theory*). (Ulfah et al., 2017) Goffman menjelaskan bahwa presentasi diri merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh individu tertentu guna membentuk definisi situasi dan identitas sosial bagi para pelaku. Definisi situasi ini berpengaruh pada berbagai bentuk interaksi yang dianggap pantas atau tidak pantas dalam konteks tertentu. Presentasi diri mewakili usaha individu untuk menciptakan kesan tertentu di hadapan orang lain dengan mengatur perilaku mereka sehingga sesuai dengan citra identitas yang ingin ditampilkan.

Goffman berpendapat bahwa self-presentation membantu kita dalam mencapai tujuan yang kita inginkan serta membantu kita membentuk citra diri yang diinginkan (Anasari & Handoyo, 2015). Dalam konteks ini, Goffman juga mengemukakan bahwa seorang aktor di panggung depan memiliki setting dan front personal. "Setting" mengacu pada tampilan fisik yang biasanya diperlukan ketika seorang aktor tampil di depan umum; tanpa itu, biasanya aktor tidak akan dapat tampil dengan baik. *Front Stage dan Back Stage: Front stage* adalah saat individu berinteraksi dengan publik atau orang lain, di mana mereka berusaha untuk mempertahankan citra yang diinginkan. *Back stage* adalah saat individu berada di luar perhatian publik, di mana mereka dapat "menurunkan topeng" dan berperilaku

lebih santai dan otentik. Melalui konsep-konsep ini, Goffman menyajikan pemahaman mendalam tentang bagaimana individu memainkan peran dalam kehidupan sosial mereka dan bagaimana identitas terbentuk dalam interaksi dengan orang lain.

Dengan memahami latar belakang ini, penelitian akan membahas mengenai konstruksi bentuk-bentuk komunikasi dan identitas diri serta presentasi diri konten kreator Dio Prayogi pada TikTok dapat memberikan wawasan mendalam tentang perubahan dinamika sosial dan budaya dalam era digital. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan komunikasi, psikologi, studi media, dan budaya pop dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena ini.

1.2. Fokus Penelitian

Adapun fokus dari penelitian ini yaitu, membahas mengenai bagaimana identitas diri dan presentasi diri Dio Payogi sebagai Konten Kreator pada platform TikTok serta komunikasi dihasilkan dalam dunia virtual yang unik serta mengungkap dinamika yang mungkin mempengaruhi individu.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, Adapun rumusan masalah yang akan dibahas di dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana identitas diri Konten Kreator Dio Prayogi di panggung depan dalam platform media sosial TikTok?
2. Bagaimana identitas diri Konten Kreator Dio Prayogi di panggung belakang?

3. Bagaimana *face to face interaction* konten kreator Dio Prayogi dalam Platform media sosial TikTok?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini mengenai fenomena diatas yakni:

1. Untuk mengetahui bagaimana identitas diri Konten Kreator Dio Prayogi di panggung depan dalam platform media sosial TikTok.
2. Untuk mengetahui bagaimana identitas diri Konten Kreator Dio Prayogi di panggung belakang.
3. Untuk mengetahui *face to face interaction* konten kreator Dio Prayogi dalam Platform media sosial TikTok.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pada literatur akademik terkait media sosial, identitas digital, dan komunikasi online, terutama dalam konteks platform seperti TikTok. Ini dapat membuka pintu untuk pemahaman yang lebih baik tentang cara konstruksi identitas diri dan komunikasi dilakukan dalam dunia virtual.
2. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana konten kreator mengintegrasikan identitas budaya dan pengalaman pribadi dalam pembuatan konten di TikTok. Ini dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika budaya populer dalam lingkungan digital.

3. Penelitian ini dapat mengungkap komunikasi yang digunakan oleh Dio Prayogi dalam membangun identitas dan berinteraksi dengan pengikutnya. Ini dapat membantu dalam memahami bagaimana strategi ini dapat diterapkan dalam konteks komunikasi digital lainnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat membantu Konten kreator lain di TikTok dan platform serupa dapat belajar dari analisis ini untuk mengembangkan konten yang lebih efektif dan autentik, serta memahami strategi yang dapat meningkatkan interaksi dengan pengikut.
2. Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada individu tentang bagaimana konstruksi identitas dan komunikasi dilakukan di media sosial. Hal ini dapat membantu dalam meningkatkan pemahaman tentang pengaruh media sosial terhadap cara orang berkomunikasi secara online.
3. Hasil penelitian ini dapat membantu dalam memahami dampak dan implikasi etika dari konstruksi identitas dan komunikasi di platform seperti TikTok.