

**PRESENTASI DIRI KONTEN KREATOR @PUJAYJANDASELUSIN
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Serat (S1) Sarjana Ilmu Komunkasi (S.I.Kom)

Oleh :

ASFA RAINI NINGSIH

NIM :12040323843

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM S1

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asfa Raini Ningsih
NIM : 12040323843
Tempat/Tgl. Lahir : Merempan, 16 November 2000
Fakultas : Dakwah dan komunikasi
Prodi : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : PRESENTASI DIRI KONTEN KREATOR
@PUJAYJANDASELUSIN MELALUI MEDIA SOSIAL
TIKTOK

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 15 November 2024

yang membuat pernyataan



Asfa Raini Ningsih
NIM. 12040323843



b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PRESENTASI DIRI KONTEN KREATOR @PUJAYJANDASELUSIN MELALUI
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Disusun Oleh :

Asfa Raini Ningsih
NIM.12040323843

Telah Disetujui Pembimbing Pada Tanggal: 19 September 2024

Pembimbing

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP.19810816 20231 1 012

Mengetahui :

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
 Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Asfa Raini Ningsih
 NIM : 12040323843
 Judul : Presentasi Diri Konten Kreator @Pujayjandaselsuin Melalui Media Sosial TikTok

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
 Tanggal : 05 November 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



13 November 2024

Mustafa Rosidi, S.Pd, M.A
 NIP. 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc
 NIP.19761212 200312 1 004

Sekretaris/ Penguji II,

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
 NIP.19810816 202321 1 012

Penguji III,

Mardhiah Rubani, S.Ag., M.Si
 NIP.19790302 200701 2 023

Penguji IV,

Yantos, SIP, M.Si
 NIP. 19710122 200701 1 016

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 19 September 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Asfa Raini Ningsih

NIM : 12040323843

Judul Skripsi : Presentasi Diri Konten Kreator @Pujayjandaselusin Melalui Media Sosial Tiktok

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

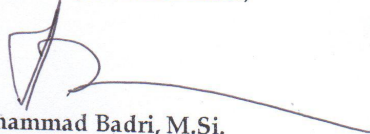
Pembimbing,



Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP.19810816 20231 1 012

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

ABSTRAK

Nama : Asfa Raini Ningsih
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Presentasi Diri Konten Kreator @Pujayjandaselusin Melalui Media Sosial Tiktok

Dengan perkembangan Media sosial saat ini sangat memungkinkan dan mempermudah setiap orang untuk menampilkan presentasi diri yang berbeda-beda, bisa dengan menampilkan presentasi diri yang sama dengan identitas didunia nyata,maupun sebaliknya. Riset ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana seorang konten kreator dalam mempresentasikan diri di salah satu media sosial yang saat ini sedang banyak digunakan yaitu aplikasi Tik Tok dengan menggunakan teori dramaturgi dari Goffman yang menggunakan panggung depan dan panggung belakang. Riset ini menggunakan desain metode penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan riset ini menunjukkan Subjek dari penelitian ini adalah konten kreator lokal yaitu yang bertempat tinggal di Siak dan aktif menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai platform sosial media. Objek penelitian ini merupakan konten kreator Tik Tok Puji Fahira dengan username @pujayjandaselusin.Temuan riset ini menunjukkan bahwa informan menggunakan Tik Tok sebagai media untuk mempresentasikan dirinya sebagai Jandagatalsekusin dengan memiliki ciri khas konten yang berisi lipsing biduan dengan menggunakan kostum selayaknya seorang biduan. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Puji Fahira berhasil mempresentasi dirinya dilihat dari pencapaian Puji Fahira dengan memiliki banyak followers dan sudah diundang disalah satu stasiun televisi diindonesia, mendapatkan penghasilan dari hasil endors atas presentasi diri yang dilakukannya di media sosial Tik Tok.

Kata Kunci : Presentasi Diri,Dramaturgi,Media sosial Tik Tok


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Asfa Raini Ningsih
Departemenet : Communication Sciences
Judul : Self Presentation of Content Creator @Pujayjandaselusin Through Social Media Tiktok

With the development of social media today, it is very possible and easy for everyone to display different self-presentations, either by displaying the same self-presentation as their real-world identity, or vice versa. This research aims to find out how a content creator presents themselves on one of the social media that is currently widely used, namely the Tik Tok application, using Goffman's dramaturgy theory which uses the front stage and back stage. This research uses a qualitative research method design with data collection methods in the form of interviews, observations, and documentation. The findings of this research show that the subjects of this study are local content creators, namely those who live in Siak and actively use the TikTok application as a social media platform. The object of this research is the TikTok content creator Puji Fahira with the username @pujayjandaselusin. The findings of this research show that the informant uses Tik Tok as a medium to present herself as Jandagatalsekusin with the characteristic of content containing singer lipsing using costumes like a singer. The results of this research show that Puji Fahira was successful in presenting himself as seen from Puji Fahira's achievements in being invited to one of the television stations in Indonesia, earning income from endorsements for his self-presentation on the social media Tik Tok.

Keywords: Self Presentation, Dramaturgy, Social Media Tik Tok



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamua'laikum Warahmatullahi Wabaroktuh

Alhamdulillahahirabil'amin segala puji serta syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufik serta Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **Presentasi Diri Konten Kreator @Pujayjandaselusin Melalui Media Sosial Tiktok** Skripsi ini merupakan tugas akhir yang peneliti tulis untuk menjadi syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Program Ilmu Komunikasi Uin Syarif Khasim Riau. Dalam proses penulisannya,peneliti sadar masih banyak kekurangan baik sisi Ilmu Pengetahuan, waktu, tenaga, dan lain sebagainya, oleh karena ini peneliti meminta maaf sebesar-besarnya.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan atau arahan kepada penulis selama proses penyusunan proposal, penelitian, riset lapangan dan skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan terimakasih setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta **Ayahanda M. Musa. S** dan **Ibunda Raina** yang telah memberikan dukungan, kepercayaan, do'a semangat dan kasih sayang,kepada penulis sehingga penulis merasa terdukung disegala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis, agar penulis bisa menjadi anak yang berguna dan segera menyelesaikan skripsi ini, seterusnya penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

- 1 Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 2 Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 3 Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 4 Bapak Dr. Muhammad Badri,SP, M.Si selaku Wakil Dekan II Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 5 Bapak Dr. H. Arwan,M.Ag selaku Wakil Dekan Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama
- 6 Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

7. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Hayatullah Kurnidi M.A, Selaku dosen Penasehat Akademik yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama proses perkuliahan.
9. Bapak Mustafa, S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan masukan serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Dosen –Dosen se Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Staff dan Seluruh pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang membantu penulis dalam menyelesaikan seluruh administrasi dan surat menyurat selama perkuliahan.
12. Kepada Keluarga Penulis Iis Sandra Putra (Abang), Wiwik Purnama Ningsih (Kakak), Puji Kustiari (Kakak Ipar), Suyatno S.E (Abang Ipar) yang selaku memberikan motivasi, semangat dan donatur agar penulis dapat menyelesaikan skripsi.
13. Kepada Puji Fahira yang telah bersedia untuk menjadi informan dan telah membantu meluangkan waktunya agar peneliti dapat memperoleh informasi dengan baik
14. Kepada Besti Shafira Ramadhani dan Suhartati yang selalu memberi motivasi, semangat dan saran kepada penulis selama masa penulisan skripsi ini.
15. Kepada Nadia S.Ak selaku Sahabat yang membantu dan bertukar pikiran dalam hal skripsi
16. Kepada Rahma Juita Selaku Sahabat yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberi dukungan penuh terhadap penulis.
17. Kepada Ibu dan Ayah angkat di tempat kkn Desa Batang Duku selalu memberikan semangat dan doa.
18. Kepada RM Sederhana yang selalu memberikan dukungan, hiburan, dan telah menjadi keluarga kecil selama masa perkuliahan.
19. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri Asfa Raini Ningsih atas sudah mampu melewati semua dengan berbagai situasi yang sudah dilewati, tanpa kerja keras dan tekad yang kuat ,selalu sabar dan berfikir untuk tidak menyerah dalam pencapaian ini.

Terimakasih Kepada semua pihak yang sudah turut serta dalam pembuatan skripsi ini dengan dukungan, doa, dan memberikan semangat, kiranya tidak ada balasan yang baik selain doa yang baik juga. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dimasa

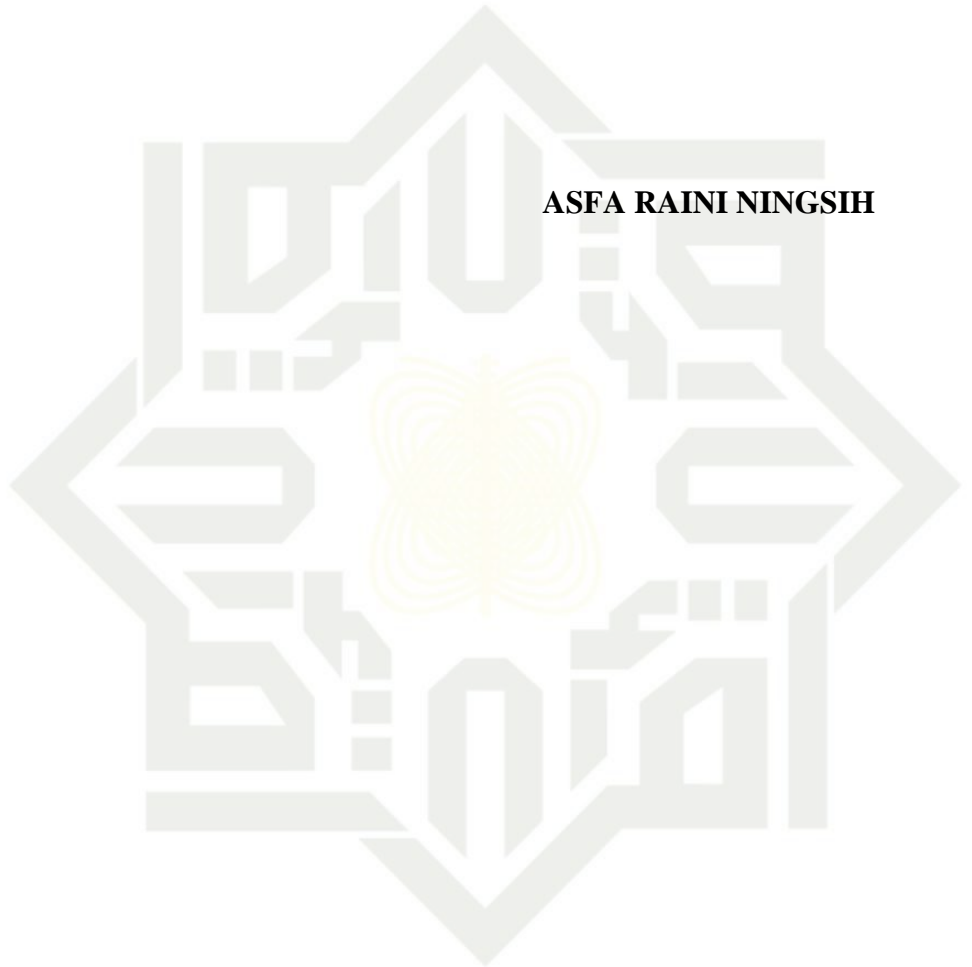
yang akan mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua, khususnya bagi penulis dan yang membacanya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh.

Pekenbaru, 19 September 2024

Penulis,

ASFA RAINI NINGSIH



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Penegasan Istilah | 4 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 5 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Kajian Terdahulu | 7 |
| 2.2 Landasan Teori | 11 |
| 2.3 Konsep Oprasional | 29 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran | 31 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 32 |
| 3.1 Desain Penelitian | 32 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian | 32 |
| 3.3 Sumber Data Penelitian | 32 |
| 3.4 Informan Penelitian | 33 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.6 Validasi Data | 34 |
| 3.7 Teknik Analisi Data | 35 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM | 36 |
| 4.1 Profil Pemilik Akun @pujayjandaselusin | 36 |
| 4.2 Profil Akun Tik Tok @pujayjandaselusin | 36 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 40 |
| 5.1 Hasil penelitian | 40 |
| 5.2 Pembahasan | 52 |
| BAB IV PENUTUP | 58 |
| 6.1 Kesimpulan | 58 |
| 6.2 Saran | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Daftar Nama Informan | 31 |
|--------------------------------------|----|



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Profil Pemilik Akun | 36 |
| Gambar 4.2 Profil Akun Tik Tok Jandagatalanakselusin | 37 |
| Gambar 4.3 Isi Konten Jandagatalanakselusin..... | 38 |
| Gambar 4.4 Live Streaming Diakun Jandagatalanakselusin..... | 39 |
| Gambar 5.1 Peran Yang Ditampilkan Jandagatalanakselusin..... | 41 |
| Gambar 5.2 Tampilan Jandagatalanakselusin | 43 |
| Gambar 5.3 Isi Komentar Mengenai Kostum Yang Digunakan | 44 |
| Gambar 5.4 Isi Captions Diakun Jandagatalanakselusin | 45 |
| Gambar 5.5 Isi Komentar Positif Dari Akun Jandagatalanakselusin..... | 45 |
| Gambar 5.6 Diundang Diacara Televisi..... | 46 |
| Gambar 5.7 Hasil Endores | 47 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya media sosial telah mengubah cara berkomunikasi masyarakat. Kehadiran media sosial juga dijadikan sebagai ajang memperkenalkan diri dan juga mencari informasi seputar olahraga, kesehatan, politik, dan lain sebagainya. Media sosial juga menjadi tempat membentuk *image* diri, mengungkapkan perasaan, maupun kritik. Dalam memperkenalkan diri di akun media sosial, umumnya dilakukan dengan mengunggah foto dan video kegiatannya agar diketahui oleh pengikutnya. Dalam menampilkan diri di sosial media, banyak masyarakat melakukan berbagai cara agar dirinya dapat dilihat sedemikian rupa oleh orang lain dan membuat orang lain tertarik untuk terus melihat video dan foto yang dibagikannya.

Seiring perkembangan zaman penggunaan media saat ini tidak lagi hanya sebagai penikmat konten dari media yang terpapar, tetapi sudah bisa ikut serta mengisi konten di media tersebut. Pada media sosial, pengguna tidak lagi memiliki batasan untuk menampilkan diri atau mempresentasikan diri, banyak masyarakat tertarik untuk membuat konten video dengan menggunakan aplikasi yang saat ini sedang ramai digunakan di Indonesia maupun dunia, salah satunya adalah aplikasi Tik Tok. Aplikasi Tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi tersebut memperbolehkan penggunaannya untuk membuat video music dengan durasi singkat.

Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018. Tiktok menetapkan diri sebagai aplikasi yang banyak diunduh yakni sebanyak 45,8 juta kali, jumlah tersebut berhasil mengalahkan beberapa aplikasi populer lainnya seperti YouTube, Whatsapp, Facebook, Messenger dan Instagram. Namun aplikasi Tik Tok pernah diblokir resmi di Indonesia pada 3 Juli 2018. Hal ini dikarenakan pihak Kementerian Komunikasi dan Informatika berkoordinasi dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Anak mendapat banyak laporan negatif yang muncul pada aplikasi Tik Tok, Aplikasi tersebut dapat menyajikan video singkat mengenai berbagai kegiatan setiap penggunaannya dan juga bisa dilihat oleh berbagai usia. Namun pada Agustus 2018 aplikasi Tik Tok dapat kembali di unduh dengan regulasi yang ditekankan adalah batas minimal usia pengguna Tik Tok yaitu usia 11 tahun. (Miftachul Taubah & Muhammad Nur Hadi, 2020)

Adapun sebagian pengguna aplikasi Tik Tok untuk mendapatkan sebuah identitas pribadi, dalam hal ini sebutan untuk penggunaan Tik Tok adalah Tiktokers (Konten Kreator). Dalam mewujudkan identitas sebagai

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tiktokers dimana mereka diketahui memiliki jumlah pengikut media sosial diatas sepuluh ribu.

Bagi pemilik akun, media sosial dimanfaatkan sebagai ajang presentasi diri. Baumister dan Bushman (2011) mengemukakan bahwa presentasi diri adalah beberapa perilaku yang mencoba untuk menyampaikan beberapa gambaran dari diri atau beberapa gambaran informasi mengenai diri kita kepada orang lain. Beberapa perilaku tersebut berniat (bahkan tanpa disadari) untuk membuat suatu kesan tertentu. Dalam proses presentasi diri, individu akan melakukan suatu proses dimana seseorang akan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi yang akan dihadirkan serta untuk menampilkan pada orang lain suatu kesan yang diinginkannya. Oleh karena itu presentasi diri sering disebut sebagai pengelolaan kesan atau *manajemen impresi*. Presentasi diri dilakukan dengan tujuan agar orang lain menyukai kita, ingin mempengaruhi orang lain, ingin memperbaiki posisi, atau memelihara status (Wardani et al., 2018).

Mereka memosisikan diri sebagai aktor yang sedang memainkan panggung sandiwara. Upaya tersebut menurut Erving Goffman dinamakan Dramaturgi. Pengertian Dramaturgi secara harfiah menjelaskan aktor yang sedang melakoni peran di panggung sandiwara (Pradhana, 2019: 32). Aktor dalam melakoni peran memiliki kehidupan sosial yang terbagi menjadi dua, yakni panggung depan dan panggung belakang. Kemudian, kehidupan sosial yang dialami tersebut, menimbulkan dampak sosial yang terjadi setelah mewujudkan identitasnya di media sosial melalui panggung depan dan panggung belakang. Ketika aktor berhasil memainkan perannya maka penonton akan melihat aktor sesuai dengan apa yang memang dipertunjukkan oleh aktor tersebut. Sehingga aktor akan semakin mudah membawa penonton mencapai tujuan dari pertunjukkan yang dilakukan.

Bagi kalangan remaja atau kaum milenial media sosial dapat dimanfaatkan sebagai tempat untuk membentuk *image* diri, mengungkapkan perasaan, maupun kritik. Salah seorang konten kreator yang rela merubah dirinya dengan pemilik akun @pujayjandaselusin secara aktif menggunakan Tik Tok sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dimana ia merubah dirinya dengan melakonkan peran dengan karakter yang berbeda dengan aslinya. Dengan memiliki followers 760,1 ribu dan 25,8 disukai. Akun tiktoknya tersebut berisikan banyak video memberikan hiburan, edukasi keterampilan dirinya tentang seorang desainer, dan setiap video yang ditampilkan ibarat seorang biduan yang sedang bernyanyi dengan menggunakan kostum yang unik dengan menggunakan bahan seadanya ini lah yang menjadi ciri khas yang ingin ditunjuk sehingga dapat menghasilkan sebuah presentasi diri di media sosial Tiktok.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsep presentasi diri di media sosial Tik Tok merupakan salah satu kajian dari Teori Dramaturgi oleh Erving Goffman. Bullingham & Vasconcelos dalam Damayanti dan Purworini berpendapat mengenai presentasi diri dari studi Erving Goffman merupakan sebuah analisis dari interaksi interpersonal dan upaya seseorang membangun visual sosok diri yang ingin ditampilkan dalam sebuah panggung yang menampilkan sisi depan dan belakang (Purworini, 2018). Goffman dalam Tiara, mengatakan bahwa kehidupan sosial terbagi menjadi dua, yaitu *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang). Panggung depan, dalam hal ini media sosial yang menjadi wadah bagi individu untuk mempresentasikan diri, sedangkan panggung belakang merupakan hal yang ditutupi oleh individu agar tidak terlihat di media sosial (Tiara, 2021).

Fenomena yang menjadi latar belakang penelitian ini ada banyaknya pengguna aplikasi Tik Tok yang menjadikan Tik Tok sebagai wadah mempresentasikan diri seperti layaknya identitas di dunia nyata, namun terdapat beberapa individu yang membangun identitas menjadi sangat berbeda dari dunia nyata. Media sosial saat ini memungkinkan setiap individu untuk menampilkan presentasi diri yang sama dengan identitas di dunia nyata, maupun sebaliknya. (Aiyuda & Syakarofath, 2019)

Adapun contoh dari presentasi diri di media sosial yang sangat berbeda dan di media sosial dan dunia nyata. Ada kasus dari penyanyi Nisa Sabyan yang mempresentasikan diri dengan sebagai penyanyi religi, namun pada awal tahun 2021 dihebohkan dengan isu Nisa Sabyan yang menjadi penghancur rumah tangga orang lain dan dikabarkan telah menikah siri dengan ayus yang memiliki istri dan anak, mereka memilih untuk bungkam. Ayus dan Nissa tak menanggapi sama sekali pertanyaan-pertanyaan dari awak media. Tentu saja ini sangat berbanding terbalik dengan apa yang dipresentasikan dirinya di depan masyarakat. (Nurrijal, 2022)

Arif Muhammad sebagai konten kreator komedi di kota Medan juga menggunakan presentasi dirinya dengan nama “Mak Beti” menggunakan karakter yang berbeda saat di depan kamera ia profesional sebagai konten kreator dan ketika dibelakang kamera ia tetap menjadi jati dirinya sebagai Arif Muhammad. Kemudian komedian yang merubah dirinya menjadi perempuan adalah komedian “wirintil” dengan melakoni sekelompok kontrakan rempong yang dimana para aktornya adalah seorang laki laki yang merubah dirinya menjadi sekelompok ibu-ibu kontrakan, tetapi dibelakang layar mereka menjadi suami dan ayah yang bertanggung jawab.

Ada juga konten kreator Indra Kusuma atau sering disebut Indrakenz dimana di depan kamera Indrakenz sering memamerkan kehidupan yang serba mewah sampai dijuluki sebagai “Crazy Rich” asal Medan, namun dibalik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kekayaannya itu indrakenz menjadi tersangka terjerat kasus pencucian uang terkait aplikasi binomo.

Dengan banyaknya contoh presentasi diri yang tidak sesuai dengan apa yang dipresentasikan diri di media sosial, maka peneliti tertarik meneliti konten kreator yang sudah mempunyai banyak followers sebanyak dan mempresentasikan dirinya sebagai jandagalanakselusin yaitu akun dengan username @pujayjandaselusin. Akun tiktok tersebut berisikan banyak video konten dengan menampilkan lipsing seorang biduan dengan menggunakan kostum selayaknya seorang biduan. Dalam urain diatas, peneliti tertarik dalam melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana presentasi diri di akun Tik Tok @pujayjandaselusin.

1.2 Penegasan Istilah

Penulis merasa penting untuk menjelaskan istilah-istilah yang digunakan dalam judul, Berikut beberapa istilah yang perlu ditegaskan ialah:

1.2.1 Presentasi Diri

Baumister dan Bushman menyatakan bahwa presentasi diri adalah beberapa perilaku yang mencoba untuk menyampaikan beberapa gambaran dari diri atau beberapa gambaran informasi mengenai diri kita kepada orang lain.(Wardani et al., 2018)

1.2.2 Konten Kreator

Konten kreator adalah orang-orang yang membuat materi (konten) yang memiliki nilai edukasi dan hiburan.Materi ini juga kelak disesuaikan dengan keinginan atau ketertarikandari audiens. Konten kreator di Indonesia banyak membahas tentang kecantikan, makanan, kesehatan, teknologi, financial, dan masih banyak lainnya.(Tiara, 2021)

1.2.3 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah medium internet yang memungkinkan penggunanya untuk mempresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerja sama,komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.(Puspitarini & Nuraeni, 2019)

1.2.4 Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi media sosial terbaru yang memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek dengan berbagai macam ekspresi, gaya, gerakan maupun tarian dengan backsound musik yang sudah disediakan atau membuat sendiri sesuai dengan kreativitas pengguna dan berbagai video menarik, berinteraksi dikolom komentar maupun chat pribadi. (Fatimah et al., 2021)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Presentasi Diri Konten Kreator @pujayjandaselusin Melalui Media Sosial Tiktok ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapaun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Presentasi Diri Konten Kreator @pujayjandaselusin Melalui Media Sosial Tiktok.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.5.1 Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan terkait perkembangan zaman dan teknologi informasi yaitu pencairan informasi pada aplikasi Tiktok dalam proses penyelesaian tugas akhir atau skripsi.

1.5.2 Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi bahan pengetahuan terhadap perkembangan teknologi pada manfaat dan kendala dari aplikasi Tiktok untuk mengurangi adanya kendala pada saat pencairan informasi melalui aplikasi Tiktok.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan dalam penelitian, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan masing-masing bab. Berikut adalah susunan sistematika penulisan yang digunakan :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Permasalahan, Tujuan dan Manfaat penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Dalam Bab ini Terdiri dari Kajian Terdahulu, landasan teori, konsep oprasional, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini Terdiri dari Desain Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Sumber Data penelitian, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini Terdiri dari Gambaran Umum Pengguna Akun @jangatalselusin.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini Terdiri dari hasil dan pembahasan penelitian mengenai topik yang diteliti.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI : PENUTUP

Bab terakhir dalam penelitian ini memuat kesimpulan hasil penelitian dan saran yang bermanfaat bagi pembaca serta bagi penelitian selanjutnya sebagai referensi atas pertimbangan.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian penulis sebagai bahan rujuk dalam penelitian.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Vina Agustin dengan judul "Strategi presentasi diri *fashion influencer* Di media sosial instagram" pada tahun 2023. Jenis penelitian yang digunakan Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, dalam penelitian ini *fashion influencer* memiliki berbagai strategi presentasi yang dilakukan dalam pengelolaan sosial media. Strategi pengelolaan penampilan (*managing appearance*) harus menampilkan unggahan yang unik dan khas, Strategi dalam mempromosikan diri (*self-promotion*) mengunggah *image* dan *feed photo* oleh *influencer*, Strategi mengambil muka (*Ingratiation*) membangun hubungan dengan *followers*, Strategi dalam memiliki batasan diri dalam bersosial media, menghambat diri untuk tidak terlalu menampilkan keseharian yang bersifat pribadi (*self-handicapping*). (Agustin et al., 2023)
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Nur Amalia dengan Judul Penelitian "Presentasi Diri Teruna Dara 2016 Sebagai Duta Wisata Kabupaten Kutai Kartanegara" pada tahun 2019. penelitian menggunakan metode Kualitatif. Dalam penelitian ini, seorang taruna dara melakukan kamulatif ketika sedang bertugas, mereka berperan sesuai dengan gambaran Duta Wisata pada umumnya mulai dari cara berpakaian, bermake up, berbicara serta bersifat dan berperilaku. Presentasi diri yang dibangun oleh Ardy dan Bella dalam pengelolaan kesan. Pengelolaan kesan yang mereka lakukan dapat membantu mereka dalam meraih citra yang positif dan sesuai apa yang diinginkan. Dari dua informan tersebut dapat dikatakan bahwa Taruna Dara memerankan dan melakukan pengelolaan kesan dengan baik. (Amalia & Althalets, 2019)
3. Penelitian yang dilakukan oleh Mudrisa Difa Islami, Dkk dengan judul penelitian "Harga Diri dengan Presentasi Diri pada Reamaja Penggunaan Tik Tok " Pada Tahun 2020. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel independen (X) dari penelitian ini harga diri dan variabel dependen (Y) dari penelitian ini adalah presentasi diri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga diri dan presentasi diri berada ditingkat tinggi. Nilai tinggi pada kedua variabel menyatakan bahwa pengguna aplikasi Tik Tok memiliki harga diri dan presentasi diri yang positif. Hubungan ini menunjukkan hubungan yang positif, yaitu apabila

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semakin positif pula presentasi diri untuk menampilkan sesuatu yang diinginkan.(Islami et al., 2022)

4. Penelitian yang dilakukan oleh Devia Balqis Rarasati, Dkk dengan judul penelitian “Strategi Presentasi Diri Pengguna Instagram Ditinjau Dari Tipe Kepribadian” pada tahun 2019. Menggunakan metode penelitian Kuantitatif komperatif. Dari hasil penelitian terdapat perbedaan strategi presentasi diri pengguna instagram yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovet* dan *introvert*. Hasil diketahui bahwa pengguna instagram yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovet* rata-rata lebih tinggi pada semua strategi presentasi diri dibandingkan dengan tipe kepribadian *introvert*. Penelitian ini menyatakan *ekstrovet* memiliki teman lebih banyak dibandingkan *introvert*. Hal ini merupakan salah satu faktor yang membuat *introvert*. Pada tidak terlalu sukses dalam presentasi diri di media sosial. Jika pengguna instagram memiliki *followers* lebih banyak, maka mereka lebih mungkin mendapatkan pendengar, perhatian dan dukungan dari orang lain. Sehingga pengguna agar mendapatkan lebih banyak *followers* dan menimbulkan kesan. (Rarasati et al., 2019)
5. Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Setiawan, Dkk, dengan judul penelitian “Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Fkib Untirta” pada tahun 2020. Menggunakan metode penelitian Kuantitatif . Dengan hasil remaja yang menggunakan aplikasi ini, tentu saja membuat khawatir para orang tua yang merasa anaknya belum siap untuk menggunakan sosial media. Aplikasi TikTok dijadikan sebagai ajang *eksistensi* diri yang bangga untuk ditunjukkan kepada orang lain. Dengan berbagai efek musik, *stiker*, serta gambar 3 dimensi lainnya. Mereka akan lebih betah memainkan gawai dari duduk manis belajar mengerjakan PR dari sekolah. Terlepas dari dampak negatif yang terdapat dalam aplikasi tersebut, semuanya kembali lagi kepada pemilik akun, ingin menggunakan aplikasi ini untuk kegiatan yang bermanfaat atau tidak. Namun, melihat banyaknya manfaat positif yang dijabarkan, peneliti berharap aplikasi ini dapat membantu.(Bulele, 2020)
6. Penelitian yang dilakukan Dwi Putri Robiatul Adawiyah dengan judul penelitian “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang”, pada tahun 2020. Menggunakan metode kuantitatif dengan hasil penelitian penggunaan media sosial TikTok dapat mempengaruhi kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang. Hal ini sangat diperlukan karena dengan adanya rasa percaya diri, maka para remaja akan bisa melakukan segala aktifitas secara efektif. Metode pengambilan data yang digunakan yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada sampel yang telah di tentukan yaitu remaja usia 15-19

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tahun yang tinggal di kabupaten Sampang. Teori yang digunakan adalah teori uses and gratification. Teori yang menjelaskan mengenai dampak seorang individu yang terlibat baik secara aktif maupun tidak terhadap media. Dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi TikTok terhadap kepercayaan diri remaja Kabupaten Sampang, yaitu 54,5%. Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah teori yang digunakan yaitu teori uses and gratification, perbedaannya adalah objek, tempat, dan tujuan penelitiannya. (Adawiyah, 2020)

7. Penelitian yang ditulis oleh Tiara Nabilla Novitasari, Dkk dengan judul penelitian “Penggunaan Aplikasi TikTok dalam Mengembangkan Rasa Percaya Diri”, Pada tahun 2023, dengan menggunakan metode fenomenologi, dengan hasil penelitian Secara audio visual TikTik merupakan salah satu mediasi pembelajaran yang menarik dibandingkan media sosial lainnya. Meskipun tiktok menyediakan tempat untuk mengekspresikan diri, kepercayaan diri adalah perasaan positif tentang kemampuan, penampilan, dan nilai diri sendiri. Hal ini dipengaruhi oleh banyak faktor seperti pengalaman hidup, lingkungan, dan kesadaran diri. Seseorang mungkin merasa tidak percaya diri di kehidupan nyata karena berbagai tekanan sosial, penting memiliki kepercayaan diri di dunia nyata, bukan sekedar di dunia maya saja. Sebagaimana yang sudah diuraikan bahwa semaraknya pengguna tiktok yang mengunggah (Setiawan, 2019) video dengan konten yang digemari banyak orang, belum tentu dalam dunia nyata mereka memiliki kepercayaan diri yang sama dengan konten yang dibuat. (Novitasari & Setyawati, 2023)
8. Penelitian yang ditulis oleh Linawati, S.Sos.I.Kom, Dkk dengan judul penelitian “Dramaturgi Content Creator Dalam Presentasi Diri Di Instagram (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @bagjal_tv) pada tahun 2019, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, hasil penelitian dalam teori Dramaturgi terbagi menjadi dua panggung, panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*), pada panggung depan informan lebih senang disebut konten kreator dan menampilkan hal yang unik seperti menggunakan kostum superhero dan aladin, Rijal menggap dirinya sebagai *content creator* yang bertingkah laku komedi agar dapat menarik perhatian dari orang yang melihat videonya. Sedangkan *back stage* rijal juh dengan sikap dan perannya sat berada didepan video atau pada saat mengisi konten rijal mengkategorikan dirinya sendiri adalah orang yang kondisional atau bertingkah sesuai dengan kondisi yang ada.
9. Penelitian yang dilakukan oleh Arsha Safira, Dkk dengan judul penelitian "Presentasi Diri Beauty Influencer Abel Cantika Melalui Youtube

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Channel", pada tahun 2019, menggunakan metode kualitatif dengan jenis riset deskriptif dan metode riset wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan hasil penelitian Abel Cantika memanfaatkan media YouTube sebagai tempat untuk melakukan Presentasi Diri bahwa YouTube merupakan media berbagi video yang tepat digunakan karena selain sesuai dengan konten kecantikan yang menonjolkan visualisasi. Konten kecantikan yang dipilih oleh Abel Cantika dalam mempresentasikan diri lewat YouTube merupakan konten yang memang menjadi minatnya dan merupakan apa yang dibutuhkan audiens. Dalam segi pengelolaan YouTube channel didapatkan bahwa Abel Cantika memiliki jadwal yang konsisten, hal tersebut bertujuan agar dirinya tetap eksis pada media YouTube dan keinginan audiensnya mengenai informasi tentang kecantikan dapat terpenuhi. Sikap yang ditampilkan oleh Abel Cantika pada presentasi dirinya Abel menampilkan citra diri yang feminine, penolong, positif, selalu menolong dan dapat memberikan inspirasi kepada orang lain. Banyak persiapan yang dilakukan sebelum sebuah video siap diunggah ke kanal YouTube. Dimulai dari proses pembuatan konsep, pengaturan property, pengambilan gambar, jenis kamera yang digunakan, hingga pengeditan video. (Putri et al., 2019)

10. Penelitian yang dilakukan oleh Andi Irmawanti, Dkk, dengan judul penelitian "Presentasi Diri Secara Online Pada Guru Pengguna Tik Tok Di SMA Negeri 8 Bone" Pada tahun 2021. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian bahwa guru memilih aplikasi Tik Tok karena untuk menghilangkan kejenuhan selama beberapa lama bekerja ataupun melakukan aktivitas untuk menghibur dirinya hal ini menunjukkan faktor internal yang menjadi pendorong, adapun faktor eksternal menyatakan bahwa guru menggunakan aplikasi Tik Tok karena mengikuti tren. Dampak negatif ketika menggunakan aplikasi Tik Tok menyebabkan seseorang untuk suka bergoyang ria apabila ini dianggap sebagai hiburan jika hal tersebut berlebihan juga tidak benar, karena dianggap memberikan contoh tidak baik, dan juga guru sampai lupa waktu ketika menggunakan aplikasi Tik Tok, Dampak Positif dari penggunaan aplikasi Tik Tok guru lebih kreatif. (Irmawati & Awaru, 2021)

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, dapat dilihat bahwa sudah banyak kajian terdahulu yang membahas mengenai Presentasi Diri, namun tidak terfokus pada media sosial Tik Tok. Sedangkan pada penelitian ini, penulis akan melakukan pengkajian dengan menggunakan persepektif yang berbeda yakni mengkaji presentasi diri seorang konten kreator di media sosial Tik Tok dengan teori dramaturgi yang menggunakan panggung depan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

panggung belakang, dimana dapat kita lihat pada era sekarang semakin banyak pengguna aplikasi Tik Tok tidak hanya sekedar penikmat saja tetapi juga bisa ikut terjun menjadi seorang konten kreator yang nantinya juga bisa memotivasi dan menghibur penonton.

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi di cetuskan oleh seorang pakar sosiologi dan penulis dari Kanada kelahiran 11 Juni 1922 dan wafat pada 19 November 1982 dia bernama Erving Goffman. Pada tahun 1959 Goffman sangat tertarik dengan teori dramatisme Burke, sehingga dia memperdalam kajian tentang dramatisme ke dalam buku yang dia karang dengan judul “*The Presentation of Self in Everyday Life*”. Di dalam buku tersebut ia mengurai banyak tentang dramaturgi bahwasannya kehidupan merupakan interaksi antar makhluk.

Dramaturgi merupakan sebuah teori yang dikemukakan oleh sosiolog interaksi simbolik Erving Goffman. Peneliti tertarik untuk menggunakan teori dramaturgi karena dinilai berkaitan erat dengan fenomena media sosial khususnya Tik Tok, tentang bagaimana seseorang menggambarkan atau mencitrakan diri di dunia maya.

Pada teori ini, Goffman menggambarkan kehidupan sosial dalam masyarakat ibarat sebuah pentas drama atau seni teater yang ditampilkan diatas panggung. Teori dramaturgi menjelaskan ketidak stabilan identitas manusia yang merupakan bagian dari kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia dapat berganti-ganti secara drastis tergantung situasi dan lawan interaksinya. Disinilah letak inti dari teori ini, yakni bagaimana manusia dapat mengendalikan interaksi yang terjadi. (Ulfah et al., 2016)

Pendekatan dramaturgi dari Goffman khususnya mempunyai pandangan bahwa ketika seseorang sedang melakukan interaksi maka berkeinginan untuk mengelola kesan agar dapat tumbuh kepada orang lain. Maka fokus dari dramaturgi bukan dari apa yang ingin mereka lakukan, apa yang sedang mereka lakukan, atau mengapa mereka melakukannya, melainkan bagaimana mereka dapat melakukannya. Teori dramaturgi memiliki keunikan tersendiri dimana model teoritisnya dari teori sosial mikro lainnya. Diantara perbedaan itu adalah mengenai penerapan konsep panggung depan dan panggung belakang yang selama ini lepas dari pengamatan sosial. (Syam Nur, 2010)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada pertunjukan biasanya terdapat aktor-aktor yang memainkan berbagai peran, setting latar kejadian, juga alur atau jalan cerita yang akan dimainkan. Maka dalam kehidupan nyata pun demikian, manusia adalah aktor yang memainkan berbagai peran tergantung jalan cerita dan settingnya dihadapan audiens. Teori dramaturgi tidak berfokus pada apa yang dilakukan seseorang, apa yang ingin dilakukan, maupun mengapa hal tersebut dilakukan, melainkan berfokus pada bagaimana cara mereka melakukannya. Bersumber pada pemikiran Kennety Burke, pemahaman tentang perilaku seseorang hendaknya berdasarkan pada tindakan yang dilakukan. Dramaturgi menitik beratkan dimensi ekspresif atau impresif dalam kegiatan berperilaku yang dilakukan oleh manusia. Hal ini berarti dalam setiap aktivitas tindakan yang dilakukan oleh manusia, didalamnya terdapat cara mereka untuk mengekspresikan diri atau mengungkapkan apa yang sedang dirasakannya ketika berinteraksi dengan lawan yang *ekspresif* (Mulyana, 2003). Akibat perilakunya yang *ekspresif*, manusia menjadi bersifat dramatik. Manusia akan mampu bernegosiasi dengan orang lain yang juga ekspresif tentang sebuah makna. Maka tindakan manusia yang demikian tidak dinilai sebagai konsekuensi dari adanya pengaruh yang datang dari luar, melainkan sebagai tuan dari nasibnya sendiri. Inti dari teori dramaturgi milik Goffman adalah pandangan bahwa ketika seseorang melakukan interaksi dengan orang lain, ia ingin menumbuhkan dan mengelola citra dirinya yakni membangun citra dan mengelola kesan pada audiens.

Dalam teori dramaturgi Erving Goffman terdapat dua aspek analisis yang dapat digunakan untuk meneliti bagaimana keadaan seseorang ketika memainkan sebuah drama dan dalam kehidupan yang sesungguhnya.

- a. Penggung Depan (*Front Stage*)

Front stage adalah kondisi dimana adanya penonton (yang melihat kita) dan kita sedang berada dalam bagian pertunjukan, saat itu kita berusaha untuk memainkan peran kita sebaik-baiknya agar penonton memahami tujuan dari perilaku kita. Perilaku kita dibatasi oleh konsep-konsep drama yang bertujuan untuk membuat drama atau pertunjukan berhasil. Di panggung inilah aktor akan membangun dan menunjukkan sosok ideal dan identitas yang akan ditonjolkan dalam interaksi sosialnya. Pengelolaan kesan yang ditampilkan merupakan gambaran aktor mengenai konsep ideal dirinya yang sekiranya bisa diterima penonton.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aktor akan menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukan mereka. *front stage* di bagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. *Setting* (Tata Ruang) mengacu pada pemandangan fisik yang biasanya harus ada di situ jika aktor memainkan perannya. Tanpa *setting*, aktor tidak dapat memainkan perannya. *Seting* menjadi tempat dimana aktor tersebut akan berperan.
2. *Front Personal* (Pribadi Depan) yang terdiri dari berbagai macam barang perlengkapan yang bersifat meyakinkan perasaan yang memperkenalkan penonton dengan aktor dan perlengkapan itu diharapkan penonton dipunyai oleh aktor. Di dalam *front personal*, terbagi menjadi dua bagian yaitu:
 - a. Penampilan (*appearance*), meliputi berbagai jenis barang yang digunakan oleh sang aktor yang akan mengenal status sosial aktor tersebut kepada penonton. Barang tersebut bisa merupakan seragam atau atribut lain seperti aksesoris atau barang bawaan lainnya yang secara tidak langsung merupakan komunikasi non-verbal aktor tersebut kepada penonton.
 - b. Gaya (*manner*), Dimana gaya seorang aktor mengenalkan aktor tersebut kepada penonton, peran apa yang dimainkan oleh aktor tersebut dalam situasi tertentu. Umumnya penonton mengharapkan penampilan dan gaya saling bersesuaian. (Anindhita., 2018)

Dipanggung ini aktor akan membangun dan menunjukkan ideal ari identitas yang akan ditonjolkan dalam interaksi sosialnya. Pada umumnya orang-orang berusaha menyajikan diri mereka yang diidealisasikan dalam pertunjukkan mereka di panggung depan yang sekiranya bisa diterima penonton. Mereka juga akan menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukkan mereka dengan alasan :

1. Aktor mungkin ingin menyembunyikan kesenangan-kesenangan tersembunyi, seperti menyembunyikan perilaku kriminal yang tidak sesuai dengan panggung pertunjukkan.
2. Aktor mungkin ingin menyembunyikan kesalahan yang terjadi saat persiapan pertunjukkan, juga langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki kesalahan tersebut.
3. Aktor mungkin merasa perlu menunjukkan produk akhir dan menyembunyikan proses memproduksinya.
4. Aktor mungkin perlu menyembunyikan kerja kotor yang dilakukan untuk membuat produk akhir itu dari khalayak. Kerja

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kotor itu mungkin meliputi tugas-tugas yang secara fisik kotor, semi-legal-kejam dan menghinakan.

5. Dalam melakukan pertunjukan tertentu, aktor mungkin harus mengabaikan standar lain. Akhirnya aktor mungkin perlu menyembunyikan hinaan, pelecahan atau perundangan yang dibuat sehingga pertunjukan dapat berlangsung. (Mulyana, 2010)
- b. Panggung Belakang (*Back Stage*)

Back stage adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung, dengan kondisi bahwa tidak ada penonton. Sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa memperdulikan perilaku bagaimana yang harus bawakan. Di panggung belakang inilah individu akan tampil seutuhnya dalam arti identitas aslinya. (Jannah & Saha Fasadena, 2023)

Pada Panggung belakang (*Back Stage*) terdapat *the left*, yaitu semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi kebersihan akting atau penampilan diri yang ada pada panggung depan. Panggung belakang merupakan wilayah berbatasan dengan panggung depan, tetapi tersembunyi dari pandangan khalayak. Ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukan, dan oleh karena itu khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki panggung belakang. Dipanggung inilah individu akan tampil “seutuhnya” dalam arti identitas aslinya. (Mulyana, 2010) Dipanggung inilah menjadi tempat untuk mempersiapkan segala sesuatu, dan dipanggung inilah aktor bisa bertindak dengan cara yang berbeda dibandingkan ketika berhadapan penonton. Disini bisa terlihat perbandingan antara penampilan “palsu” dengan keseluruhan kenyataan diri seorang aktor.

2.2.2 Presentasi diri

Presentasi diri atau sering disebut *self presenting* merupakan sebuah proses dimana seseorang membangun citra diri dihadapan orang lain tentangnya. Seseorang akan dengan sengaja melakukan strategi tertentu agar dapat membangun kesan dan pengalaman diri pada orang lain. Berdasarkan pemikiran Goffman, ekspresi diri merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk mengidentifikasi suatu situasi dan identitas sosial. Tujuannya adalah untuk memberikan pengaruh terhadap interaksi baik yang sesuai maupun tidak dengan keadaan yang ada (Goffman, 1995). Taylor, Pepperland, dan Sears mengemukakan bahwa ekspresi diri merupakan proses mengatur hubungan (Taylor et al., 2009). Sedangkan Byrnedan Baron berasumsi bahwa seseorang secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

naluriah akan membentuk ekspresi diri yang baik, tujuannya adalah untuk menciptakan kesan yang menyenangkan pada satu orang atau lebih dalam berbagai situasi. (Baron & Byine, 2004).

Goffman dalam bukunya yang berjudul *the presentation of self in everyday life*, mengemukakan bahwa manusia merupakan seorang aktor dalam panggung kehidupan, setting latar yang hendak diperlihatkan telah diatur sendiri oleh manusia itu, oleh karenanya dalam kehidupan panggungnya manusia akan menunjukkan ekspresi jati diri yang sebenarnya (Goffman, 1995). Maka dari itu interaksi sosial yang terjadi pada panggung depan setiap aktor memiliki strategi masing-masing dengan tujuan untuk menyampaikan kesan yang baik kepada audiensinya dengan berbagai cara supaya nampak baik serta sempurna dihadapan orang lain. (Feldman, 1995) Bagi Goffman, *self presentation* memudahkan kita untuk memperoleh apa yang kita inginkan serta membantu kita dalam membentuk citra diri agar sesuai dengan keinginan kita. (Goffman, 1995)

Menurut (Amelia & Amin, 2022) Strategi yang dilakukan dalam menampilkan kesan atau presentasi diri tentu terdiri dari berbagai komponen. Goffman membagi komponen tersebut menjadi beberapa bagian

1. Performa (*performance*), merupakan kumpulan aktivitas yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kesan tentang diri aktor atau suasana yang sedang berlangsung.
2. Panggung (*setting*), merupakan seperangkat peralatan yang akan digunakan untuk memberikan kesan.
3. Penampilan (*appearance*), merupakan sesuatu pada pertunjukan arifaktual yang menunjang peran, pekerjaan, umur, prinsip individu, serta tingkah laku (*manner*) yang merujuk pada perilaku individu tersebut (Goffman, 1995).

Presentasi diri merupakan suatu upaya untuk mengungkapkan siapa diri kita sebenarnya dan suatu upaya agar orang lain mempercayai diri kita. Sementara itu Baumister dan Bushman (2011) mengemukakan bahwa presentasi diri adalah beberapa perilaku yang mencoba untuk menyampaikan beberapa gambaran dari diri atau beberapa gambaran informasi mengenai diri kita kepada orang lain. Beberapa perilaku tersebut berniat (bahkan tanpa disadari) untuk membuat suatu kesan tertentu. Presentasi diri meliputi cakupan luas dari tingkah laku mulai dari pernyataan yang jelas mengenai diri. Penyampaian kesan yang diinginkan kepada orang lain melalui presentasi diri secara efektif

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan komponen kunci untuk kesuksesan dan kenyamanan interaksi sosial.

Self presentation (presentasi diri) atau dikenal juga sebagai *impression management* (manajemen kesan) adalah proses di mana individu melakukan pengendalian atau pengelolaan kesan agar orang lain membentuk kesan tertentu mengenai mereka dalam interaksi sosial (Maryam, 2019). Kebanyakan individu sering kali memfokuskan diri pada kesan yang ingin ditampilkan melalui perilaku publik di lingkungan sosialnya. Individu yang mengalami *self presentation* bisa jadi menyadari atau tidak menyadarinya. Fokus utama pada *self presentation* adalah untuk menetapkan sebuah image publik tentang diri kita sendiri yang konsisten dengan apa yang diinginkan atau diharapkan oleh orang lain tentang diri kita. Kita dapat melakukan hal ini, misalnya dengan mengklaim bahwa kita memiliki beberapa atribut yang mereka hargai, meskipun secara nyata kita tidak memiliki atribut tersebut. Sementara itu menurut Kassin dkk (2008 dalam Maryam, 2018, hlm. 56) Presentasi diri merupakan sebuah proses di mana kita berusaha untuk membentuk apa yang dipikirkan orang lain tentang kita dan apa yang kita pikirkan tentang diri kita sendiri.

Tujuan *Self Presentation* Secara umum manusia melakukan *self presentation* dengan tujuan agar mereka dilihat dan dinilai secara positif oleh orang lain, sehingga akan memperoleh penghargaan (*reward*) dari lingkungan sosialnya, seperti ingin disukai, dapat mempengaruhi orang lain, memperoleh posisi, mempertahankan status, dan sebagainya. Selain itu, menurut Daya Kisni dan Hudaniah mengatakan bahwa individu yang memiliki presentasi diri yang baik, maka ia akan diterima oleh masyarakat. Sebaliknya, individu yang memiliki presentasi diri yang buruk maka ia akan merasakan perasaan terasingkan oleh masyarakat (Islamy, 2015).

Selanjutnya, Argyle mengemukakan bahwa terdapat tiga motivasi primer dalam *impression management*, yaitu oleh (Maryam, 2019) :

1. Untuk memperoleh imbalan materi atau sosial (agar disukai, dihormati, dipuji, dan sebagainya).
2. Untuk mempertahankan atau meningkatkan harga diri.
3. Untuk mempermudah pengembangan identitas diri.

Motivasi untuk melakukan pengelolaan kesan biasanya sering terjadi dalam situasi yang melibatkan tujuan penting (persahabatan, persetujuan, imbalan materi) di mana individu yang melakukannya merasa kurang puas dengan image yang diproyeksikan saat ini. Selain

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

itu, motivasi untuk mengelola kesan juga lebih kuat saat seseorang merasa tergantung pada seseorang yang berkuasa di mana orang tersebut mengendalikan sumber-sumber penting bagi dirinya.

Faktor yang Mempengaruhi *Self Presentation* Menurut Delamater & Myers kesuksesan dalam presentasi diri ditentukan oleh dua hal berikut atau dikenal juga sebagai *impression management* (manajemen kesan) (Islamy, 2015) adalah :

- a. Dalam upaya untuk menetapkan definisi situasi agar interaksi berjalan dengan sukses, pihak-pihak yang terlibat di dalamnya harus berbagi pemahaman tentang realitas sosial mereka. Sesuai dengan pandangan teori interaksi simbolik (*symbolic interaction theory*) yang mengatakan bahwa agar interaksi sosial berjalan lancar maka orang-orang yang terlibat di dalamnya harus bersama-sama berbagi definisi sebuah situasi (kesepakatan tentang siapa mereka, apa tujuan mereka, perilaku seperti apa yang layak, dan apa artinya perilaku mereka).
- b. Upaya untuk mengungkapkan informasi tentang diri (*self*) yang konsisten dengan identitas yang diklaim (*self-disclosure*). Agar kita bisa mengetahui lebih banyak tentang orang lain dengan lebih baik maka kita mengungkapkan tentang diri kita sendiri secara lebih detil dan akrab.

Strategi presentasi diri adalah suatu upaya pembentukan kesan tertentu yang secara sadar dan disengaja dibentuk oleh orang lain untuk mencapai suatu tujuan tersembunyi. Mengutip dari Delamater dan Myers, strategi presentasi diri merupakan kondisi tertentu yang membuat orang menghadirkan diri mereka sebagai seseorang yang dibuat-buat atau kesan yang bukan sesungguhnya dirinya, membesar-besarkan, ataupun membuat kesan yang menyesatkan tentang dirinya dimata orang lain menyukai kita lebih daripada diri mereka yang sesungguhnya (*ingratitation*), untuk membuat orang lain merasa takut kepada dirinya (*intimidation*), agar dihormati kemampuannya (*self promotion*), untuk menghormati akhlaknya (*exemplification*), ataupun untuk merasa kasihan kepada dirinya (*supplification*). (Widya & Ingrianti, 2013).

1. *Ingratitation* (Menyenangkan Orang Lain)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsi sebagai pihak yang menyenangkan atau ramah (*friendly*). Strategi ini diwujudkan dengan menampilkan emosi-emosi positif selama

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

interaksi dengan publik, seperti organisasi sukamembantu publik dan menghargai kepentingan publik.

2. *Self-promotioi* (Promosi Diri)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin diimpresikan sebagai organisasi yang berkompeten. Strategi ini diaplikasikan dengan menampilkan prestasi yang dicapai organisasi, hal-hal baik yang telah dilakukan organisasi terhadap publiknya, dan menampilkan berbagai penghargaan yang diperoleh organisasi atas prestasinya.

3. *Exemplification* (Sebagai Contoh)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin mengekspresikan sebagai organisasi yang layak dijadikan contoh atau model bagi organisasi lainnya. Strategi ini terwujud dari beberapa tindakan, seperti mendemonstrasikan kemampuan, kelebihan, integritas, dan nilai-nilai organisasi.

4. *Supplication* (*Self-Handicapping*)

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsi sebagai organisasi yang memiliki keterbatasan dalam membantu publik. Organisasi diimpresikan sebagai pihak yang lemah sekaligus yang menjadi korban dari krisis yang terjadi.

5. *Intimidation*.

Biasanya digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsi sebagai organisasi yang kuat dan mampu mengontrol situasi. Diwujudkan dengan menampilkan atribut yang mempresentasikan kemarahan atau keinginan untuk menghukum pihak lain yang menyebabkan kerugian.

Erving Goffman (1959) dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life*, menyatakan bahwa individu, disebut aktor, mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Pengguna media sosial dalam mempresentasikan diri harus mengatur penampilan mereka dengan sebaik mungkin. Oleh sebab itu, para pengguna media sosial harus memiliki berbagai strategi dalam mengonstruksi identitasnya. Goffman mengajukan syarat-syarat yang perlu dipenuhi untuk mengelola kesan secara baik, yaitu:

- a. Penampilan Muka (*Proper Front*). Front ini terdiri dari tiga aspek peralatan lengkap yang digunakan untuk menampilkan diri; setting (serangkaian peralatan ruang dan benda yang digunakan),

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

appearance (penggunaan pakaian dan atribut), manner (gaya berperilaku).

- b. Keterlibatan dalam Peran. Seseorang harus terlibat penuh dalam perannya, dan bisa menghayati perannya dengan totalitas.
- c. Mewujudkan Idealisasi Harapan Orang Lain tentang Perannya. Seseorang melakukan hal yang khalayak harapkan untuk mendapatkan pengakuan.
- d. Mystification. Seseorang harus memiliki jarak sosial dengan orang lain agar perannya tetap terjaga (Dayakisni, 2009).

2.2.3 Konten Kreator

Content Creator terdiri dari dua kata yaitu *content* (Konten) dan *creator* (Pembuat), *content* merupakan informasi yang tersedia di media yang bias diakses semua orang di media youtube, Instagram, twitter, snapchat, dan media lainnya. Sedangkan *creator* merupakan pembuat konten yang biasanya disebut juga youtuber untuk platform youtube. Profesi yang membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media, khususnya media digital, seperti youtube instagram, blogger, dan berbagai platform media lainnya itulah yang disebut sebagai *content creator*. (M Rangga, 2023).

Seorang konten kreator harus kreatif, kompetible dan semenarik mungkin dalam membuat konten, karena konten yang menarik akan menarik viewers lebih banyak untuk melihat konten yang dibuat. Konten kreator didasari sebagai kegiatan dalam bentuk pendistribusian informasi yang digabungkan dalam bentuk gambar, video, tulisan yang dimaknai sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarluaskan melalui platform media digital seperti Youtube, instagram dan media lainnya. Seiring berjalannya waktu *content creator* diperlukan memiliki keahlian khusus. Bukan hanya itu saja pengguna menjadikan youtube juga sebagai media dalam berbisnis dan profesi. Pembentukan *personal branding* pada konten kreator dinilai sangat penting karena melalui *personal branding* konten kreator memiliki karakteristik nya sendiri dalam menarik minat pengguna youtube dalam menonton tayangan atau konten yang disajikan oleh konten kreator ini sendiri. Sesuai dengan identitas dan *branding* yang dimilikinya untuk mencapaitujuan yang disepakati dari sebuah konten. Misalnya tujuan promosi, edukasi, informasi, atau menghibur. Kemudian disesuaikan konten tersebut dengan platform yang dipilih, setelah itu dilakukan evaluasi dalam konten yang telah ditampilkan. (Athoillah & Arifianto, 2024)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengertian konten dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah konten atau diartikan sebagai isi, merupakan struktur dan desain dari informasi yang terdapat pada halaman situs. Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan konten media merupakan berbagai bentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, file audio, iklan hingga berbagai bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan dari para pengguna sistem atau layanan online yang seringkali dilakukan lewat sebuah situs media online. Maka istilah konten ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media.

Konten kreatif adalah informasi yang berisi hal-hal yang diciptakan dengan menggunakan berbagai macam pendekatan baik yang belum pernah ada sebelumnya atau hal lama namun dikemas lagi mengikuti perkembangan sekarang. Konten kreatif adalah bentuk sajian informasi yang di dalamnya dapat berupa hiburan, berita atau informasi lain yang disajikan secara orisinal melalui media baru.

Konten kreatif dapat berupa artikel, video, audio maupun multimedia yang diunggah di Internet. Dengan adanya media baru memungkinkan orang-orang untuk memproduksi berbagai konten secara independen dan bermodal relatif kecil. Misal media audio-video yang selama ini didominasi oleh industri televisi dengan modal yang besar dalam produksi dan distribusinya saat ini jauh lebih terjangkau proses produksi dan distribusinya. Pencipta konten dapat menyunting berkas audio-video secara daring dan mengunggahnya pada situs web berbagi video seperti YouTube atau Vimeo lalu memasang iklan didalamnya dan dapat menghasilkan uang secara pasif. Begitu juga dengan industri-industri konvensional yang lain seperti fotografi kini dapat diunggah di situs pasar berbasis fotografi, dan masih banyak lagi yang lain (Hariyanto & Putra, 2022).

Tugas Content Creator Ada beberapa tugas content creator menurut Billboard yaitu, sebagai berikut (Nuraeni, 2019):

1. Kumpulkan ide, Data, serta melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten untuk khalayak.
2. Menghasilkan konten yang benar-benar sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan.
3. Terus berusaha untuk memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah konten. Contohnya tujuan promosi, edukasi, menghibur,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsisten dengan konten yang dibuat, dan memberi informasi yang dibutuhkan oleh viewers dari konten yg di buat.

4. Sesuaikan konten dengan Platform yang dipilih. Dalam hal ini seorang konten kreator dapat membuat suatu konten yang bisa di nikmati disemua platform.
5. Evaluasi konten yang telah di tayangkan. Ini di peruntukan agar kita bisa melihat kekurangan dan kelebihan konten yang kita telah upload.

Pengetahuan yang wajib dimiliki kontent kreator, adapun beberapa Pengetahuan yang wajib dimiliki oleh content creator adalah, sebagai berikut (Yusuf et al., 2020):

1. Pengetahuan tentang media produk, komunikasi, teknik serta metode penyebarannya. Termasuk juga cara alternative untuk menginformasikan dan menghibur melalui tulisan, lisan, ataupun media visual.
2. Pengetahuan tentang teknik, peralatan, prinsip desain termasuk dalam memproduksi rencana teknikal yang persisi, Cetak biru, gambar dan model.
3. Pengetahuan tentang struktur isi dari bahasa inggris, termasuk juga arti dan ejaan dari setiap kata, aturan komposisi, serta tata bahasanya.

Profesi Konten Kreator Kontent kreator itu lahir dari tren website yang muncul pertama kali tahun 1991 oleh Sir Timothy John dan Tom Barners-Lee, dulu waktu masih belum ada sosial media yang kita kenal sekarang, orang membuat artikel dan sebuah konten melalui blog pribadi, situs-situs, forum dan masih terbatas media untuk menampung aspirasi dan konten yang dibuat. Dibandingkan dengan sekarang ini kita disajikan dengan kemunculan berbagai platform sosial media untuk berkreasi dan membuat konten-konten yang menarik hingga overloads dengan kemunculan berbagai platform sosial media. Meskipun begitu kita tak kunjung bosan, itulah kehebatan dari kontent kreator.

Adapun tugas dari kontent kreator yaitu mengumpulkan sebuah ide, data, dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten. Membuat suatu konten yang sesuai dengan kepribadian, identitas, dan branding yang diinginkan. Dalam hal ini, memenuhi sebuah tuntunan yang telah disepakati dari sebuah konten, dengan tujuan promosi, edukasi, menghibur atau memberikan sebuah informasi. Dengan maksud menyesuaikan konten dengan platform yaitu youtube, sehingga dalam kontent

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kreator dapat menghasilkan suatu karya untuk multi-platform, dan mengevaluasi konten yang telah ditayangkan (Youth Manual, 2018).

Konten kreator adalah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media, khususnya media digital, seperti YouTube, Tik Tok, Instagram, Blogger, dan berbagai platform media sosial lainnya. Seorang konten creator yang sukses diharapkan mampu :

- a. Mengatur jadwal
- b. Mengetahui industri yang dibuat kontennya
- c. Mempunyai gaya penulisan yang up to date
- d. Berpikir seperti audiens
- e. Mempunyai jaringan yang luas (Sivakoses & Prayong, 2021).

2.2.4 Media Sosial

- a. Pengertian Media sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, ketika disebut kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah saran disertai dengan teknologinya.

Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologi, pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri (Meyrowitz, 1999; Moores, 2005; Williams, 2003). Proses terjadinya komunikasi memerlukan tiga hal, yaitu objek, organ, dan medium. Sedangkan sosial Menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial (*the social as a social facts*) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi pada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim, 1982:59 dalam Fuchs, 2014:38)

Berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual”(Nasrullah, 2017). Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, Wikipedia dan Tik Tok. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.(Nasrullah, 2017)

b. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial yaitu:

1. Jaringan (*Network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas, contohnya seperti Facebook, Twitter dan lain-lain.

2. Informasi (*Information*)

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring.

c. Jenis-jenis Media Sosial :

Dalam buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015:39) ada enam kategori besar media sosial.

1. *Social Networking* merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunanya membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.

2. *Blog* adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.
 3. *Microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.
 4. *Media Sharing* Media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari media sosial ini yaitu Youtube, Flickr, Photobucket, atau Snapfish.
 5. *Social Bookmarking* Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking yang populer yaitu Delicious.com, StumbleUpon. com, Digg. com, Reddit. com, di Indonesia sendiri yaitu Lintas Me.
 6. Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi (Puspitarini & Nuraeni, 2019).
- d. **Motif Penggunaan Media**
- Motif berasal dari kata “Motive” yang berarti secara objektif merupakan dorongan dari individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan tujuan. Sedangkan definisi subyektif motif merupakan dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku dan bertindak menurut tujuan atau kegiatan membangkitkan daya gerak yang terdapat pada diri sendiri agar melaksanakan tindakan tertentu dalam rangka mencapai tujuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ataupun kepuasan (Hafizah & Sari, 2019). Setiap individu pasti memiliki motif yang berbeda dalam memilih media, perbedaan motif ini kemudian menimbulkan perbedaan dalam tingkat kepuasan yang didapat individu dalam menggunakan media.

Motif di hubungkan dengan konsumsi media berarti segala faktor dan pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan orang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Seleksi terhadap media yang dilakukan oleh khalayak yang disesuaikan dengan kebutuhan dan motif. Seleksi terhadap media ini berlaku untuk semua jenis media, baik media cetak maupun media elektronik. Penggunaan media disebabkan oleh kebutuhan yang timbul dari lingkungan sosial, psikologis dan khalayak menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan. Adapun penyebab atau dorongan tersebut disebut motif.

Motif penggunaan media oleh individu dapat di bagi dalam empat kelompok yakni (McQuail, 2011):

1. Motif informasi berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk mengetahui atau mencari informasi-informasi yang bersifat umum.
2. Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*)

Motif identitas pribadi berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk memenuhi kebutuhan identitas pribadi melalui nilai-nilai lain dalam media serta meningkatkan pemahaman tentang dirisendiri.
3. Motif Integrasi dan Integrasi Sosial (*Social Integration and Integration*)

Motif integrasi dan interaksi sosial berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk memperkuat hubungan dan interaksi sosial.
4. Motif Hiburan (*Entertainment*) Motif hiburan berkaitan dengan motif dalam menggunakan media untuk mendapatkan hiburan.
- e. Hubungan Media Sosial dan Presentasi Diri

Ketika mengkaitkan antara media sosial dan presentasi diri, bisa terjadi pandangan yang cukup kontradiktif. Di satu sisi, presentasi diri yang berakar dari interaksi tatap muka antar individu memandangi presentasi diri melalui media sosial akan menghilangkan elemen non verbal komunikasi dan konteks terjadinya komunikasi. Sehingga presentasi diri tidak maksimal di dalam media sosial. Di sisi lain, ketidakhadiran elemen-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

elemen non verbal dan konteks bisa dipandang sebagai sebuah kondisi bagi pengguna untuk lebih mudah mengontrol dan/ atau minimal dalam melakukan presentasi diri. Sehingga ketiadaan elemen-elemen nonverbal bisa membuat komunikasi tidak berjalan cukup ‘kaya’. Namun, pada saat yang sama setiap pengguna mendapatkan kesempatan untuk lebih inventif dalam melakukan presentasi diri.

Dalam presentasi diri, media sosial dipandang sebagai perpanjangan diri pengguna. Seperti yang diutarakan oleh McLuhan (1965) bahwa medium adalah perpanjangan indera maupun sistem saraf manusia. Pengguna media sosial akan menata media yang dipakainya layaknya sebuah ‘ruang tamu’, bahkan ‘kamar’, bagi para pengunjunnya. Dalam media sosial, setidaknya ada dua fase penting dalam presentasi diri yaitu fase awal perkenalan dan fase berteman. Dalam fase awal pertemanan, pengguna akan saling mencari informasi mengenai calon temannya di media sosial. Misalkan di medium Facebook, pengguna melakukan eksplorasi terhadap akun calon temannya baik itu biodata, foto-foto, teman-temannya, update statusnya, bergabung di grup mana, bermain game apa, dan berbagai elemen lainnya. Dengan melakukan ini, pengguna melakukan sebuah proses konstruksi identitas pengguna (siapa dia) lainnya berdasarkan hasil eksplorasi, begitu pula sebaliknya berlaku untuk calon temannya. Sehingga, pengguna secara tidak langsung menyadari bahwa dirinya akan dikenali berdasarkan apa yang ada di akunnya. (Luik, 2011)

2.2.5 Tiktok

Aplikasi Tik Tok atau dengan nama lain Douyin, secara harfiah berasal dari negeri Tirai Bambu yaitu China, aplikasi ini diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi Tik Tok adalah suatu platform yang menyediakan tayangan video-video pendek yang dibuat dengan minimal durasi 15 detik hingga 3 menit yang berisi berbagai macam konten yang dibuat oleh para penggunanya dan didukung background berbagai macam jenis musik. Aplikasi Tik Tok digunakan untuk merekam, mengedit dan mengunggah video ke

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beberapa media sosial sehingga dapat dilihat oleh teman-teman baik sesama pengguna aplikasi TikTok maupun yang bukan pengguna aplikasi TikTok, salah satu perbedaan aplikasi TikTok dengan media sosial lainnya adalah aplikasi ini menyediakan berbagai macam fitur yang dapat dinikmati oleh para penggunanya. Seperti adanya fitur special effects yang terdiri dari effects shaking, shivering dan special effects lainnya yang memiliki fungsi untuk menciptakan sebuah video pendek yang menarik untuk dilihat, selain itu aplikasi TikTok ini juga dilengkapi dengan special effects yang dapat membuat berbagai macam rupa tampilan wajah mulai dari rupa yang lucu, sedih, marah, seram, cantik dan special effects menarik lainnya.

Aplikasi video pendek ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga setiap penggunanya dapat melakukan tarian dengan gaya yang bebas, video unik, dan masih banyak lagi sehingga hal ini dapat mendorong kreatifitas penggunanya untuk menjadi konten kreator atau yang biasa disebut dengan istilah sebagai TikTokers. TikTokers adalah seorang individu yang melakukan suatu kegiatan seperti membuat video unik di akun TikTiknya sendiri yang dapat membuat dirinya dikenal sehingga memiliki banyak pengikut di akun TikTiknya dan membuat dirinya menjadi terkenal karena video-video yang dibuat dengan kreatif, unik, dan juga dapat menginspirasi orang-orang yang melihatnya.

Aplikasi TikTok ini juga dapat menjadi wadah informasi dimana setiap orang yang menggunakan aplikasi ini dapat mendapatkan ilmu dengan menonton video-video tentang pengetahuan dunia dan juga dapat menghibur para penonton yang sedang mengalami tekanan. Dalam aplikasi TikTok terdapat suatu kata yang sering digunakan oleh para TikTokers, yaitu kata FYP atau singkatan dari For Your Page. FYP yang dimaksud ini adalah halaman yang utama dari aplikasi TikTok yang menampilkan konten-konten saat pertama kali membuka aplikasi TikTok dan akan muncul video yang bertuliskan FYP. Aplikasi TikTok ini bisa juga digunakan untuk mempromosikan bisnis seperti membuat video yang kreatif yang bertujuan untuk menarik pelanggan. Namun, aplikasi TikTok ini juga memiliki kelemahan yaitu dimana banyak masyarakat yang sering salah menggunakan aplikasi ini dengan sembarangan sehingga video negatif sering bermunculan di TikTok.

Kepopuleran Tiktok tidak terlepas dari fitur-fitur nya yang menarik seperti :

a. Penambahan Lagu atau Suara

Lagu atau suara menjadi fitur utama aplikasi ini. Jumlah kumpulan lagu dan suara yang tersedia di aplikasi ini cukup

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beragam, sehingga pengguna bisa menyesuaikan nya dengan konten video yang ingin dibuat. Selain itu, semua musik yang telah tersedia sudah mendapat izin dari pemiliknya, sehingga tidak akan dikenakan copyright. Beberapa jenis suara yang terdapat dan dipakai pada video Tiktok merupakan kreativitas pengguna dalam membuat sound sehingga dapat dijadikan backsound video. Judul lagu terbagi menjadi sejumlah kategori, seperti dangdut, gen 90an, hits dunia, EDM, hip-hop, dan lain sebagainya.

b. Filter Video

Pengguna bisa menambahkan filter pada video untuk mengubah tone warna pada video. Selain itu, Anda juga bisa menyesuaikan tone dan rona sesuai dengan objek video.

c. Fitur Efek

Tiktok menyediakan setidaknya lima kategori efek yang dapat dicoba, diantaranya ada efek visual, efek sticker, efek transition, efek split, dan efek waktu. Filter ini tak lain bertujuan untuk membuat video yang dibuat menjadi terkesan lebih kreatif dan menarik.

d. Fitur *Voice Changer*

Pengguna dapat mengubah suara mereka di video dengan menggunakan fitur ini. Dengan beragam efek suara berbeda, seperti suara tupai, suara robot, bergema, paduan suara, dan lainnya, menambahkan keseruan dan kreativitas pada video yang dibuat.

e. Fitur *Beautify*

Bagi pengguna yang ingin tampil lebih percaya diri di setiap video yang dibuat, dengan fitur beautify pengguna dapat terlihat lebih cantik dan lebih tampan, bahkan terlihat keren dan unik. Fitur ini bisa mengatur bentuk wajah, warna mata, warna rambut, juga memperhalus wajah.

f. Fitur *Auto Caption*

Fitur ini memungkinkan kreator konten Tiktok menyertakan subtitle yang dibuat secara otomatis oleh aplikasi. Tujuan disediakan nya fitur ini adalah untuk mempermudah semua orang sehingga dengan mudah dapat mengakses atau menikmati video yang dibuat, terlebih bagi mereka yang memiliki kesulitan mendengar. Kata-kata yang diucapkan oleh kreator di dalam konten tersebut akan ditranskripsikan secara otomatis oleh aplikasi. Setelah itu, kreator dapat melihat dan menyunting subtitle yang telah dibuat agar teksnya tidak keliru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g. Fitur Filter Komentar

Tiktok mengeluarkan fitur yang dapat lebih mudah menghalau bullying. Pengguna bisa menentukan kata kunci yang ingin difilter pada kolom komentar. Untuk saat ini, ada 30 kosa kata yang bisa difilter oleh pengguna. Sehingga kata-kata tersebut tidak akan tampil dalam kolom komentar.

h. Fitur Video Langsung (*Live*)

Tidak seperti platform media sosial lainnya, tidak semua pengguna Tiktok diizinkan untuk memulai video langsung di platform. Pasalnya hanya pengguna yang memiliki minimal 1000 followers yang bisa melakukan live di Tik Tok (Indonesia, 2022). Omar dan Dequan (2020) berpendapat bahwa Tik Tok memilikifungsi yang mirip dengan Youtube sebagai alat penghasil video, namun Tiktok memiliki kesamaan paling banyak dengan Instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya. Alasannya karena Tik Tok dan Instagram adalah situs jejaring sosial yang memungkinkan akses ke video pendek, memberikan komentar dan hati bagi pengguna untuk berinteraksi dengan konten dan pengguna lain, menggunakan sistem pesan bagi pengguna untuk berkomunikasi.

2.3 Konsep Oprasional

Presentasi diri seseorang akan melakukan suatu proses dimana dia menseleksi dan mengontrol perilakunya sesuai dengan situasi dimana perilaku itu dihadirkan untuk memproyeksikan diri kepada orang lain atau membentuk image yang diinginkannya dan pada presentasi diri juga seseorang akan melakukan berbagai macam hal tertentu demi menggapai tujuan yang diharapkannya dengan menggunakan beberapa macam Strategi Presentasi diri. Presentasi diri atau sering juga disebut manajemen impresi (*impression management*) merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Presentasi diri yang dilakukan ini bisa dilakukan oleh individu atau bisa juga dilakukan oleh kelompok individu, tim atau organisasi (Luik, 2011). Pengguna Tik-Tok memainkan peran yang berbeda pada setiap unggahan vidio yang dibagikan, hal ini sangat tergantung pada situasi yang sedang dijalani, presentasi diri yang seperti inilah yang di maksud oleh goffman memiliki tujuan membangun identitas sosial bagi para pelakunya untuk menarik simpati dan mempengaruhi berbagai macam interaksi yang layak dan tidak layak di tengah-tengah masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

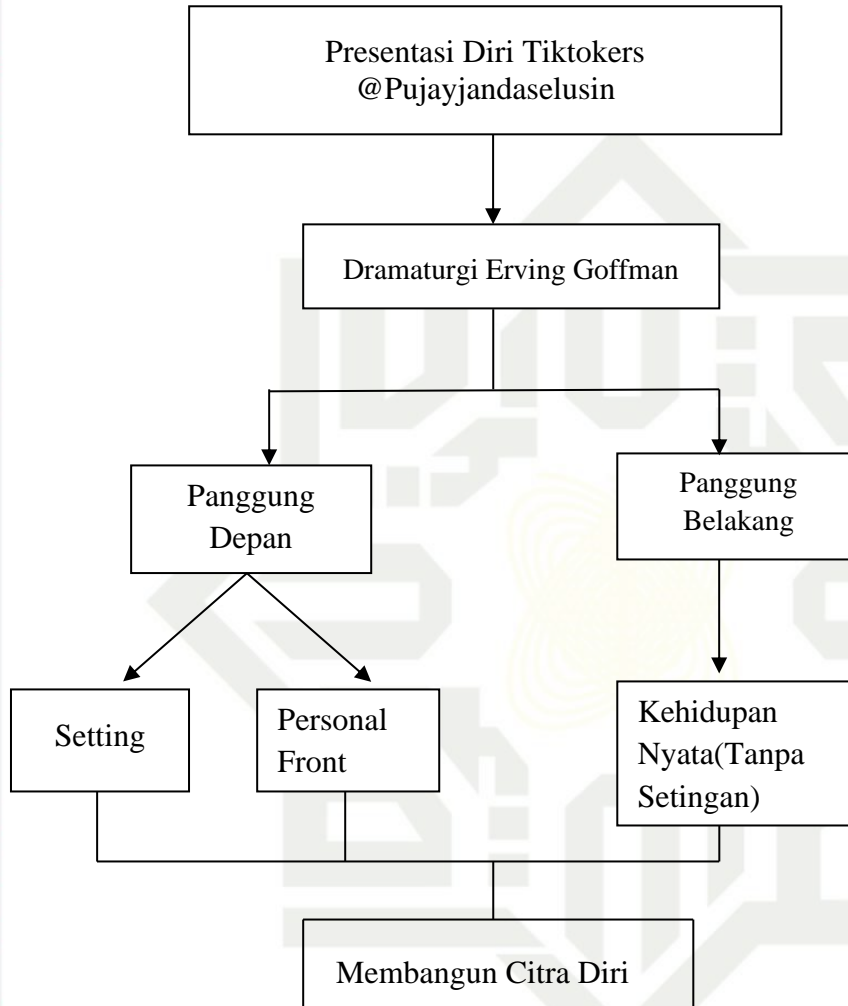
Dalam Perspektif dramaturgi, peran yang di mainkan dalam interaksi sosial di atas panggung oleh sang aktor berkaitan dengan penggunaan bahasa verbal dan non-verbal berupa atribut, pakaian dan aksesoris lainnya untuk mendukung peran yang dilakukan, dalam hal ini bisa kita analisis bagaimana sang artis Tik-Tok tersebut menjaga kendali diri agar tidak salah bicara, menjaga gerakan dan nada bicara serta ekspresi wajah sehingga penonton menganggap apa yang ditampilkan di vidio tersebut seperti kenyataan tanpa ada setingan. Kesempurnaan sang artis Tik-Tok dalam membuat vidio tersebut tentunya sangat mempengaruhi citra diri sang artis di tengah masyarakat maya. Menurut Goffman, kehidup sosial dalam teori ini dibagi menjadi "Wilayah depan" dan "Wilayah Belakang".

Diwilayah depan ini sang konten kreator Tik-Tok menampilkan konten yang sudah diatur dan ditentukan terlebih dahulu oleh sang pemilik akun seperti *seeting*, dan *persinal front*, sedangkan wilayah belakang adalah tempat di mana sang artis mempersiapkan berbagai macam hal untuk membuat konten vidio seperti, pemilihan lokasi, momen yang pas untuk membuat konten.

Dalam panggung depan yang dimaksud penulis adalah interaksi yang dilakukan oleh orang-orang yang aktif menggunakan media sosial khususnya Tik-Tok dengan menunjukkan postingan-postingan yang dapat meningkatkan status sosial dan membangun citra positif utuk mendapat perhatian dari followersnya, sedangkan panggung belakang yang dimaksud adalah persiapan yang dilakukan oleh sang artis untuk menghasilkan konten video yang sempurna. Dibalik postingan itu semua bahwa dapat di analisis tidak semua yang di tampilkan itu adalah sesuai dengan realita yang sebenarnya.

2.4 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Sumber : Olahan Penelitian 2024

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Bodgan dan Taylor mengatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan suatu prosedur pendekatan penelitian yang hasilnya merupakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Dalam pendekatan ini diarahkan pada individu dan latar secara utuh (*Holistik*). Jadi, individu ataupun organisasi tidak boleh diisolasi ke dalam variabel atau hipotesis, melainkan perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Sementara itu, pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan fenomenologi, dimana dengan menggunakan pendekatan fenomenologi berusaha memahami dan (Fahira, n.d.) menjelaskan bagaimana makna dan pengalaman komunikasi pada fenomena.

Fenomenologi digunakan sebagai pendekatan kualitatif, pada dasarnya landasan teoritis dari penelitian kualitatif itu bertumpu secara mendasar pada fenomenologi, karena fenomenologi dijadikan sebagai landasan teori utama dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2017). Penelitian kualitatif dapat didefinisikan juga sebagai penelitian yang hasilnya tidak dapat diukur dengan angka, dan juga data statistik lainnya, maupun cara-cara yang berhubungan dengan kuantifikasi. (Ruslan, 2010)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun Lokasi penelitian dilakukan di rumah penelitian yaitu di kampung dalam, Kecamatan Siak, Kabupaten Siak, Riau. Sedangkan untuk waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2024.

3.3 Sumber Data Penelitian

Data merupakan segala informasi tentang berbagai hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber data yang bersangkutan. Dalam pengumpulan data primer ini peneliti menggunakan observasi dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

wawancara untuk mendapatkan data secara langsung. (Siyoto & Sodik, 2015)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya, sehingga peneliti bertindak sebagai pihak kedua dalam memperolehnya. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah akun Tiktok selaku informan penelitian. (Siyoto & Sodik, 2015)

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang dijadikan sebagai sumber informasi mengenai situasi dan latar belakang penelitian. Informan harus memiliki pengetahuan yang mendalam terkait permasalahan yang akan diteliti dan memahami dengan baik permasalahan tersebut..

Tabel 3.1 Daftar Nama-Nama Informan

| No | Nama | Informan | Keterangan |
|----|---------------|-----------|--------------------------------|
| 1. | Puji Fahira | Kunci | PemilikAkun @Pujayjandaselusin |
| 2. | Nadia .S.Ak | Pendukung | Teman |
| 3. | Weni Widianti | Pendukung | Teman |
| 4. | Hilma | Pendukung | Followers |
| 5. | Hartati | Pendukung | Followers |

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan pemusatan perhatian pada suatu objek dengan memaksimalkan penggunaan indera mata, dan dibantu oleh indera lainnya. Observasi juga disebut sebagai kemampuan seseorang menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indera mata serta dibantu dengan panca indera lainnya. Karl Weick juga menjelaskan, observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku serta suasana yang berkenaan dengan organisme, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris. Melalui observasi peneliti akan melihat secara seksama gejala - gejala sosial yang terjadi. Sehingga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peneliti bisa mendapatkan informasi yang valid sesuai keadaan di lapangan. Untuk melakukan observasi, peneliti mencari informasi melalui media-media resmi sebagai bahan tambahan untuk penggalan data ketika di lokasi.

2. Wawancara (interview)

Wawancara adalah pertukaran informasi antara dua pihak yakni antara peneliti dengan informan yang telah dipilih dalam bentuk tanya jawab . Hasil tanya jawab dari wawancara akan menjadi bahan untuk data penelitian. Wawancara yang akan dilakukan peneliti, yaitu mewawancarai pemilik akun @ pujayjandaselusin secara tatap muka.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan mencari data dalam bentuk dokumen seperti surat, catatan, foto, jurnal, dan karya dokumenter lainnya. Dokumen-dokumen tersebut merupakan arsip dari peristiwa-peristiwa yang telah terjadi sebelumnya. Selain itu terdapat pula dokumentasi berupa foto, teks video, atau informasi lainnya dari lokasi penelitian, situs resmi milik kementerian sosial serta buku-buku, jurnal dan informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.6 Validasi Data

Dalam melakukan pemeriksaan terhadap data penelitian yang telah didapat, maka digunakan langkah-langkah untuk menguji keabsahan data atau kesimpulan, dari hasil dan penelitian diperlukan pemeriksaan ulang terhadap data yang telah terkumpul. Teknik untuk memeriksa atau mengukur tingkat kredibilitas penelitian ini maka peneliti menggunakan:

1. Ketekunan pengamatan, yakni memfokuskan pada persoalan yang dibahas dalam penelitian. Ketekunan pengamatan juga dilakukan guna untuk memahami lebih dalam persoalan penelitian, serta untuk mengantisipasi keberadaan subjek apakah berdusta atau berpura-pura.
2. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara di berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu.

Pada dasarnya peneliti melakukan triangulasi ini dengan melakukan pengecekan data ulang informasi yang diperoleh di lapangan, baik dengan cara membandingkan (misalnya data hasil pengamatan dengan hasil wawancara), dan tentunya semakin banyak informan, tentu semakin banyak pula informasi yang diperoleh dalam penelitian. (Sugiyono, 2008).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman, antara lain:

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi data artinya, proses memilih hal-hal yang penting, penyederhanaan, pemberian fokus pada hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Data yang telah direduksi dapat memberi gambaran yang lebih jelas bagi peneliti sehingga mudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data atau data display merupakan susunan informasi yang terorganisir dan memungkinkan untuk mengambil tindakan selanjutnya. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dengan rancangan tersebut, maka peneliti akan lebih mudah memahami dan menentukan langkah kedepannya.

3. Kesimpulan (Verification)

Penarikan kesimpulan atau Verification dalam penelitian kualitatif merupakan kegiatan tinjauan ulang pada catatan atau data-data selama di lapangan untuk mendapatkan temuan atau ide baru yang belum ditemukan saat pengamatan di lapangan. Pada kegiatan ini, peneliti harus memikirkan kembali yang melintasi dalam pikiran peneliti saat mencatat atau mengamati di lapangan. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi yang menjelaskan gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Profil Pemilik Akun @pujayjandaselusin

Pujayjandaselusin atau JandaGatalAnakSelusin memiliki nama lengkap Puji Fahira bisa dipanggil pujay yang lahir pada 10 Juli 2001. Saat ini Puji Fahira berusia 23 Tahun dan bertempat tinggal di Kelurahan Kampung Rempak, Siak Sri Indrapura, Kecamatan Siak, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Puji Fahira menempuh pendidikan di SDN 03 dan SMPN 02 Siak dan kemudian melanjutkan ke jenjang SMKN 01 Siak (SMK Pariwisata) Selama 3 Tahun dengan jurusan tata busana.

Gambar 4.1 Profil Pemilik Akun



Sumber : Akun Instagram Pujayy_10

Latar belakang pendidikan seorang tata busana sebagai penjahit, menjadi pendorong Puji Fahira untuk menekuni menjadi seorang *tailor* (penjahit). Puji memiliki cita-cita menjadi seorang desainer terkenal. Dengan bermodalkan rasa jenuh ketika menjahit, Puji Fahira memutuskan mencoba membuat video dan tanpa disadari video yang di unggahnya fyp di media sosial Tik Tok. Keseharian Puji Fahira tidak hanya menjadi seorang konten kreator, tetapi juga sebagai guru ekstrakurikuler serta sebagai pelatih tari dalam sebuah sanggar yaitu sanggar mahliga siak.

4.2 Profil Akun Tiktok @pujayjandaselusin

Akun media sosial @pujayjandaselusin dibuat sejak 2017, akun tersebut banyak memberikan hiburan serta edukasi baik dari tarian dan pola jahit yang puji tunjukkan, sebelumnya Puji sudah memiliki akun yang sudah terverifikasi dari Tik Tok atau sudah centang biru. Namun akun tersebut

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

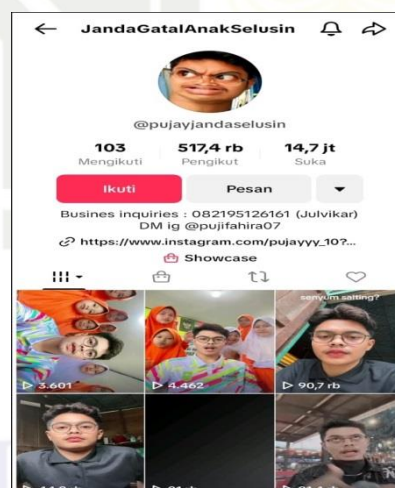
Dibanned (diblokir) dan memulai membuat akun baru sudah pada tahun 2023 yang dinamai @pujayjandaselusin atau JandaGatalAnakSelusin telah memiliki jumlah pengikut 760,1 ribu dan 25,8 juta disuka. Tujuh tahun bukan waktu yang singkat untuk Puji Fahira mengembangkan namanya melalui media sosial Tiktok.

Puji Fahira memulai menggunggah konten di Tik Tok ini berawal dari bosan ketika lagi menjahit dan coba-coba dalam membuat video. Puji Fahira menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai sarana untuk media komunikasi dan mengembangkan personal brandingnya yang dimana di media sosial Tik Tok lebih cepat fyp.

Nama yang digunakan awalnya cuma sekedar iseng dan tambahan rekomendasi dari teman akhirnya nama tersebut sudah melekat dan sudah menjadi nama panggung Puji Fahira, Profil pada akun Puji Fahira dapat dikatakan cukup sederhana dengan terdiri dari beberapa unsur seperti nama akun, foto profil, jumlah orang yang diikuti, jumlah suka yang didapat dibio, dan berbagi konten yang telah diunggah dengan keterangan jumlah penonton, suka, dan komentar pada setiap video.

Gambar 4.2 Profil Akun Tik Tok

JandaGatalAnakSelusin



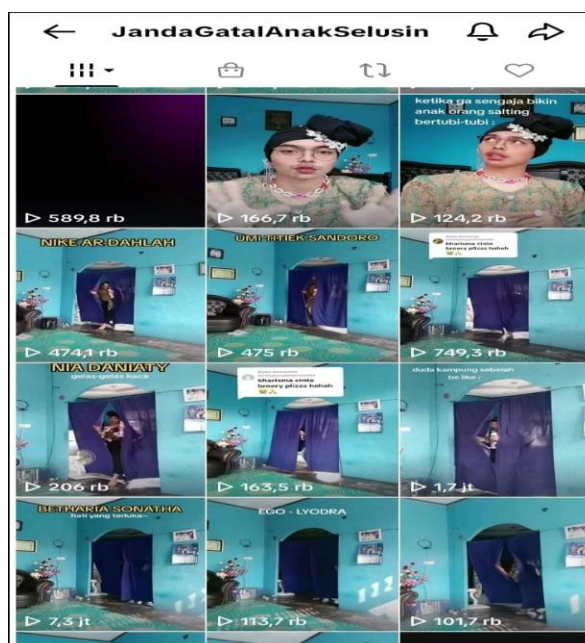
Sumber :Akun Tik Tok @pujayjandaselusin

Presentasi diri yang dilakukan oleh Puji Fahira dengan menggunakan kostum yang menarik dan lipping penyanyi dengan ciri khasnya. Kontennya berisi konten menghibur dengan gaya dance yang lentur dan cara berbusananya unik seakratif mungkin. Maka tidak heran apabila konten Puji Fahira masuk ke dalam daftar fyp Tiktok dapat dilihat dari beberapa unggahan di akun Tik Tok nya sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.3 Isi Konten Jandagatalselusin



Sumber :Akun Tik Tok @pujayjandaselusin

Video yang diposting Puji Fahira sering kali memperlihatkan keunikannya dalam melipsing penyanyi, menari dengan tubuh yang lentur dan membuat tarian tarian dan dance terbaru yang ia ciptakan, Dalam konten tersebut puji menggunakan karakter yang khasnya. Konten tersebut yang membuat puji menjadi dikenal orang karena dalam konten tersebut orang-orang merasa terhibur melihat tingkah yang ditampilkan. Tidak hanya konten lispig saja tetapi banyak konten yang ditampilkan Puji Fahira seperti menampilkan tarian tarian budaya dan juga menampilkan hasil pakaian yang dijahitnya.

Puji Fahira diakunnya juga sering melakukan live streaming biasanya di live streaming tersebut Puji Fahira menyapa followersnya dan biasanya pun memberikan pembelajar tentang dasar-dasar dan tata cara menjahit. Mulai dari bagaimana pembuatan pola yang baik dengan menggunakan bahan koran bekas, bagaimana cara menghitung setiap pola yang akan di jahit sehingga nantinya bisa menghasilkan hasil jahitan yang bagus.

Gambar 4.4 Live Streaming



Sumber :Akun Tik Tok @pujayjandaselusin

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses penelitian yang sudah peneliti lakukan, peneliti dapat menarik sejumlah kesimpulan terkait presentasi diri Konten Kreator @Pujayjandaselusin melalui media sosial Tik Tok dalam tinjauan Dramaturgi.

1. Panggung Depan (*Front Stage*)

Puji Fahira mempresentasikan dirinya sebagai JandaGatalAnakSelusin di media sosial tiktok. Puji menggunakan unggahan video dalam mempresentasikan dirinya di akun Tik Toknya kebanyakan yang ditampilkan adalah menjadi seorang biduan yang lipsing dalam menyanyikan beberapa lagu. Pada panggung ini Puji melakukan sebuah manipulasi peran dengan berpenampilan seperti wanita dengan kostum yang digunakan seperti biduan, baik pada saat tampil di media sosial.

Tujuan dari konten Puji Fahira yang menampilkan diri menyerupai wanita dengan menggunakan kostum seorang penyanyi hanya sebatas hiburan untuk menyalurkan hobinya di bidang menari, menjahit pakaian dan menata busana, oleh sebab itu banyak konten dari Puji Fahira yang menampilkan parody lipsing seorang penyanyi yang seolah-olah sedang berada di atas panggung.

Mereka juga melakukan pengolahan kesan terhadap aspek penampilan dan manner pada kehidupan panggung depan. Dalam hal ini menggunakan gerak tubuh, pakaian yang menjadi ciri khasnya dengan tampilan sanggul keramat dan helm goib serta ekspresi wajah yang dibuatnya untuk mendukung penampilannya di media sosial Tik Tok. Segala hal yang berhubungan dengan panggung depan.

Selanjutnya Manner Puji Fahira menggambarkan dirinya sebagai janda gatal selusin yang berperan sebagai penyanyi dangdut dengan gaya yang centil dengan goyongannya, badan lentur dan gemulai.

2. Panggung Belakang (*Back Stage*)

Panggung belakang dari Puji Fahira adalah panggung dimana mereka bisa memperlihatkan diri mereka seutuhnya. Panggung ini menjadi sebuah wilayah yang dapat mengekspresikan segala sesuatu tentang diri Puji Fahira, terlepas dari kegiatan atau peran yang Puji Fahira tampilkan pada saat di panggung depan. Ketika berada di panggung belakang, Puji Fahira tampil menjadi dirinya seutuhnya, mengajar menjadi guru di SD juga sebagai penjahit.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi yang digunakan Puji Fahira dalam mempresentasikan dirinya di media sosial Tik Tok menggunakan *strategi Ingratiation* (menyengkan orang lain) yang berupaya menampilkan sebagai pihak yang menyenangkan bagi publik dengan Puji Fahira mengcosplay dengan lipsing penyanyi dangdut dapat dilihat dari komenan disetiap postingan akun @pujayjandaselus dimana followersnya merasa terhibur dengan konten yang ditampilkannya di media sosial Tik Tok.

Self- promotion (promosi diri) Dengan berupaya menunjukkan sebagai pihak yang kompeten seperti menunjukkan apa yang telah dicapai dan lain sebagainya. Dimana dengan tampilannya di media sosial dengan image yang dirinya tampil mendapatkan hasil dengan diundang di stasiun televisi pagi-pagi ambyar Di Trans Tv dan sudah banyak juga mendapatkan endores yang diterimanya hasil dari presentasi diri yang ditampilkannya.

exemplification (sebagai contoh) Puji Fahira bisa dikatakan seorang pekerja keras yang multitalenta dan bisa dikatakan Puji Fahira dapat membantu perekonomian keluarganya hasil dari kerja kerasnya, Puji Fahira tidak hanya jadi seorang konten kreator namun juga seorang penjahit dan seorang guru, ini bisa menjadi contoh untuk kita jika sudah bisa diaktakan terkenal bnyak dikenal orang banyak tidak ada rasa sombong dalam diri dan tetap menjadi seorang yang perkerja keras dan tidak kenal dengan rasa malu, tetap percaya diri.

6.2 Saran

1. Adapun saran yang dapat diberikan kepada peneliti berikutnya adalah untuk dapat memperluas lingkup permasalahan yang belum terungkap dalam penelitian ini, mengingat penelitian ini memiliki keterbatasan. Oleh karena itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian tambahan, terutama yang berkaitan dengan analisis Presentasi Diri di Media Sosial.
2. Kepada para pembaca, kegiatan presentasi diri di media sosial adalah suatu Jadi dapat dikatakan pada saat diatas panggung mereka tampil sebagai karakter diperankan yang bersifat negatif. Jadi sebaiknya tidak langsung menanggapi dengan negatif agar menghindari kontruksi sosial yang bersifat negatif kepada pemeran mengcosplay hal yang negatif seperti meniru wanita. Jadi kita sebagai pengguna media sosial harus bisa menyaringg dengan bijak hal yang positif dan negatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di kabupaten sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
- Agustin, Vi., Aji, G. G., & SIP, M. S. (2023). STRATEGI PRESENTASI DIRI FASHION INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *The Commercium*, 6(2), 74–86.
- Aiyuda, N., & Syakarofath, N. A. (2019). Presentasi Diri di Sosial Media (Instagram dan Facebook) Sebuah Literature Review. *Psychopolytan (Jurnal Psikologi)*, 2(2), 124–130.
- Amalia, R. N., & Althalets, F. (2019). *PRESENTASI DIRI TERUNA DARA 2016 SEBAGAI DUTA WISATA KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA*.
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis self-presenting dalam teori dramaturgi erving goffman pada tampilan instagram mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187.
- Anindhita., A. W. (2018). Dramaturgi Dibalik Kehidupan Social Climber. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, VI(1), 1–11.
- Athoillah, N. A., & Arifianto, P. F. (2024). Menganalisis Peran Konten Video Sebagai Alat Utama Dalam Media Promosi Produk Untuk Meningkatkan Konsumen Dan Keberhasilan Branding. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 151–162.
- Bulele, Y. N. (2020). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 565–572.
- Dayakisni, T. (2009). *Psikologi sosial*.
- Fahira, P. (n.d.). *No Title*.
- Fahira, P. (2024). *No Titl. 30 JULI*.
- Fatimah, S. D., Hasanudin, C., & Amin, A. K. (2021). Pemanfaatan aplikasi tik tok sebagai media pembelajaran mendemonstrasikan teks drama. *Indonesian Journal Of Education and Humanity*, 1(2), 120–128.
- Hafizah, E., & Sari, P. (2019). Pola komunikasi keluarga dalam membentuk karakter anak. *Raheema: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 6(1), 91–104.
- Hariyanto, A., & Putra, A. (2022). Konten Kreator Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari'ah). *Al-Hukmi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Keluarga Islam*, 3(2), 243–262.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hartati. (2024). No Title. 18 Juli.
- Hilma, W. (2024). No Title. 7 Juli.
- Indonesia, C. (2022). *Apa Itu Tiktok dan Cara Menggunakannya*. Diakses Pada 01 Mei 2024.
- Irmawati, A., & Awaru, A. O. T. (2021). Presentasi Diri Secara Online Pada Guru Pengguna Tiktok di SMA Negeri 8 Bone. *Pinisi Journal Of Sociology Education Review*, 1(2), 172–180. <http://103.76.50.195/jser/article/view/22586%0Ahttp://103.76.50.195/jser/article/download/22586/13400>
- Islami, M. D., Merida, S. C., & Novianti, R. (2022). Harga diri dengan presentasi diri pada remaja pengguna tiktok. *Journal of Psychology Students*, 1(2), 67–76.
- Islamy, M. I. (2015). Kajian Konseptual Perilaku Prososial Dalam Perspektif Psikologi Sosial. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 2(1), 96–104.
- Jannah, W., & Saha Fasadena, N. (2023). Fenomena Mandi Lumpur Live di Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman. *JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 02(02), 152–164.
- Luik, J. E. (2011). *Media sosial dan presentasi diri*.
- M Rangga, S. A. P. (2023). *MINAT MAHASISWA KPI ANGKATAN 2017 TERHADAP PROFESI CONTENT CREATOR*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Maryam, E. W. (2019). Psikologi Sosial Penerapan Dalam Permasalahan Sosial. *Umsida Press*, 1–218.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Miftachul Taubah, & Muhammad Nur Hadi. (2020). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam. *Jurnal Mu'allim*, 2(1), 57–65. <https://doi.org/10.35891/muallim.v2i1.2201>
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif,(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), cet. Ke-13, H, 111.
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi virtual riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Novitasari, T. N., & Setyawati, S. P. (2023). Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mengembangkan Rasa Percaya Diri. *Prosiding SEMDIKJAR (Seminar Nasional Pendidikan Dan Pembelajaran)*, 6, 314–321.

Nuraeni, E. (2019). Peran Content Creator pada Instagram dalam Pemasaran Produk. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 375–381.

Nurrijal, M. A. (2022). “Diterpa Isu Nikah Siri, Nissa dan Ayus Sabyan Pilih Bungkam.” 03 Desember.

Purworini, D. (2018). Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 33–47.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.

Putri, D. W., Safira, A., & Wattimena, G. H. (2019). Presentasi diri beauty influencer Abel Cantika melalui YouTube channel. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 30–45.

Rachmat, K. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*.

Rarasati, D. B., Hudaniah, H., & Prasetyaningrum, S. (2019). Strategi presentasi diri pengguna instagram ditinjau dari tipe kepribadian. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 7(2), 235–251.

Ruslan, R. (2010). *Metode penelitian public relations dan komunikasi*.

Setiawan, R. (2019). Dramaturgi content creator dalam presentasi diri di instagram (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram@ Bangijal_Tv). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 12–21.

Sivakoses, M. N., & Prayong, P. (2021). *Digital Content Creator Roles in Magazine Publishing Company: The Case Study of ELLE Thailand*. Thammasat University. Faculty of Journalism and Mass Communication.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.

Suneki, S., & Haryono. (2017). Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial. *Civis*, 2(2), 1–11.

Syam Nur. (2010). *Agama Pelacur ; Dramatrgi Trsansental*.

Tiara, G. (2021). Dramaturgi pengelolaan kesan konten kreator di media sosial Instagram. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3), 14–24.

Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2017). FENOMENA PENGGUNAAN FOTO OUTFIT OF THE DAY DI INSTGRAM SEBAGAI MEDIA PRESENTASI DIRI (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dramaturgi Erving Goffman). *Jurnal Komunikatio*, 2(1).
<https://doi.org/10.30997/jk.v2i1.193>

Wardani, I. K., Herani, I., & Rahajeng, U. W. (2018). Strategi Presentasi Diri Pada Mahasiswa Tunanetra. *Universitas Brawijaya Malang*.

Widya, S. R., & Ingarianti, T. M. (2013). Strategi self presentation pada karyawan bank bagian customer service. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 1(1), 127–144.

Youth Manual. (2018). “Content Creator.” Diakses 21 Mei 2024, Pukul 17.04.

Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

1. Informan Kunci :

a. Pemilik Akun JandaGatalAnakSelusin : Puji Fahira

2. Informan Pendukung

a. Nadia S.Ak : Sahabat Puji Fahira

b. Weni Widianti : Sahabat Puji Fahira

c. Hilma : Followers akun JandaGatalAnakSelusin

d. Hartati : Followers akun JandaGatalAnakSelusin

Petanyaan Wawancara :

1. Apa Kegiatan Sehari hari Selain Menjadi Konten Kreator?
2. Kapan Awal Menjadi Konten Kreator?
3. Kenapa Menamai Akun Dengan Nama Tersebut?
4. Sejarah Singkat Menjadi Konten Kreator ?
5. Kenapa Memilih Tik Tok Sebagai Media Untuk Menampilkan Konten?
6. Pada Konten Apa Akun Tersebut Dikenal Dan Tahun Berapa?
7. Ada Gak Hal Yang Membuat Konten Kreator Sadar Bahwa Presentasi Diri Yang Ditampilkan Telah Berhasil Dimaknai Oleh Banyak Orang ?
8. Bagaimana Proses Pembuatan Konten Hingga Kemudian Dapat Diunggah?
9. Apakah ada target dalam pembuatan video?
10. Apa Ciri Khas Yang Membedakan Kone Kreator Puji Sama Yang Lain?
11. Aspek terpenting apa yang terpenting dalam membuat konten?
12. Ide Kostum dan ide membuat konten tersebut ide sendiri atau ada permintaan followers?
13. Respon dan tanggapan orang terdekat saat anda menjadi konten kreator?
14. Bagaimana anda tetap mengikuti perkembangan tren terkini dalam konten kreator tiktok?
15. Menurut anda aspek apa yang terpenting dalam membuat konten?
16. Apakah ada simbol tersendiri dalam mempresentasikan diri sebagai jandagalselusin seperti gaya,bahasa,pakaian,ekspresi?
17. Cara konsisten dalam pembuatan konten?

Petanyaan Wawancara kepada teman Puji Fahira

1. Berapa lama mengenal dengan Puji Fahira ?
2. Bagaimana tanggapan anda tentang Puji Fahira Setelah terkenal ?

Petanyaan Wawancara kepada followers Puji Fahira

1. Sejak Kapan Mengetahui Akun Puji Fahira ?
2. Kenapa tertarik dengan konten pada akun Puji Fahira?

LAMPIRAN



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.