

**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.

NOMOR SKRIPSI
7303/KOM-D/SD-S1/2025

***IMPRESSION MANAGEMENT* GENERASI Z DI RUANG
DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK
(STUDI DI PEKANBARU)**



SKIRPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

NADYA PRATIWI

NIM. 12140320019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2025**




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.


**IMPRESSION MANAGEMENT GENERASI Z DI RUANG DIGITAL
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI DI PEKANBARU)**

Disusun oleh:


Nadya Pratiwi
NIM. 12140320019

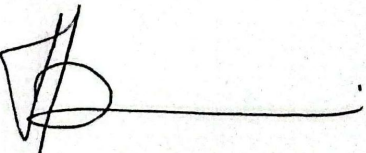
Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 17 April 2025

Pembimbing,


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

Mengetahui:

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


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



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.



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: lain-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 : Nadya Pratiwi
NIM : 12140320019
Judul : *Impression Management* Generasi Z di Ruang Digital Melalui Media Sosial TikTok (Studi di Pekanbaru)

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

Hari : Senin
Tanggal : 05 Mei 2025

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.

Pekanbaru, 21 Mei 2025



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Firdaus El Hadi, M. Sos., Sc., Ph.D.
NIP. 19761212 200312 1 004

Sekretaris/ Penguji II,

Rohayati, M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji III,

Dr. Tika Mutia, M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010

Penguji IV,

Mustafa, M.I.Kom
NIP. 19810816202321 1 012



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.

Pekanbaru, 17 April 2025

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 : Nadya Pratiwi
 NIM : 12140320019
 Judul Skripsi : *Impression Management* Generasi Z di Ruang Digital Melalui Media Sosial TikTok (Studi di Pekanbaru)

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,

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

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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



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.



UIN SUSKA RIAU

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. Soebrandt 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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Pratiwi
Nim : 12140320019
Tempat/Tanggal Lahir : Suka Tani, 23 Mei 2002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Impression Management* Generasi Z Di Ruang Digital Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Di Pekanbaru)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 26 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,




Nadya Pratiwi
NIM. 12140320019



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.



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: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:



Nama	: Nadya Pratiwi
NIM	: 12140320019
Judul	: PRESENTASI DIRI GENERASI Z DI RUANG DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI DI PEKANBARU)

Telah Diseminarkan Pada:

Hari	: Rabu
Tanggal	: 03 Juli 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 03 Juli 2024
Penguji Seminar Proposal,

<p>Penguji I,</p>  <p><u>Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom</u> NIP. 130417019</p>	<p>Penguji II,</p>  <p><u>Rusyda Fauzana, S.S., M.A</u> NIP. 19840504 201903 2 011</p>
--	--



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.

ABSTRAK

Nama : Nadya Pratiwi
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : *Impression Management* Generasi Z di Ruang Digital Melalui Media Sosial TikTok (Studi di Pekanbaru)

Penelitian ini berfokus pada fenomena penggunaan TikTok oleh generasi Z sebagai platform media sosial untuk membangun kesan di dunia digital. TikTok menjadi aplikasi populer di kalangan generasi Z di Pekanbaru yang menggunakan berbagai teknik untuk membangun kesan tertentu. Jones dan Pitman mengatakan bahwa beberapa strategi *impression management* adalah *ingratiation*, *intimidation*, *self-promotion*, *exemplification*, *supplication*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan paradigma subjektif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi dari delapan informan generasi Z di Pekanbaru yang aktif di TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mereka menggunakan strategi *impression management* yang beragam sesuai tujuan dan konteks digital. Sebagian besar informan menggunakan TikTok untuk menunjukkan kreativitas dan mendapatkan pengakuan. Mereka menggunakan strategi seperti *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, *supplication* untuk menampilkan diri, tetapi strategi *intimidation* tidak ditemukan, interaksi serta tanggapan dari audiens menjadi hal yang penting untuk membangun kesan mereka di TikTok.

Kata Kunci : *Impression Management*, Generasi Z, 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.

ABSTRACT

Name : Nadya Pratiwi
Department : Communication Science
Title : *Impression Management of Generation Z in Digital Space Through TikTok Social Media (Study in Pekanbaru)*

This study focuses on the phenomenon of TikTok use by generation Z as a social media platform to build an impression in the digital world. TikTok has become a popular application among generation Z in Pekanbaru who use various techniques to build a certain impression. Jones and Pitman said that some impression management strategies are ingratiation, intimidation, self-promotion, exemplification, supplication. This study uses a qualitative approach with a descriptive method and subjective paradigm. Data was obtained through in-depth interviews, observations, and documentation from eight generation Z informants in Pekanbaru who are active on TikTok. The results of the study show that they use various impression management strategies according to their goals and digital contexts. Most informants use TikTok to show creativity and gain recognition. They use strategies such as ingratiation, self-promotion, exemplification, supplication to present themselves, but the intimidation strategy was not found, interaction and responses from the audience are important to build their impression on TikTok.

Keywords: *Impression Mangament, Generation Z, SocialMedia, 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.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji dan Syukur penulis atas kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Impression Management Generasi Z Di Ruang Digital Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Di Pekanbaru)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kesalahan dan ketidaksempurnaan, karena pengetahuan dan pengalaman yang terbatas. Namun demikian, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis serta semua orang yang memanfaatkannya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Terutama penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dua sosok luar biasa dalam hidup penulis, yakni Ayahanda tercinta, Katimun, dan Ibunda tersayang, Muhaini. Mereka adalah pahlawan sejati yang selalu hadir dengan doa, kasih sayang, motivasi, serta dukungan baik moral maupun materi yang sangat penting dalam perjalanan akademik penulis. Disamping itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr Khairunnas Rajab, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Beserta Wakil Rektor 1 Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag. Wakil Rektor II Bapak Prof. Dr. H. Mas’ud Zein, M.Pd. Wakil Rektor III Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag, sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos., M., Sos. Sc., Ph.D. sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag., sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Penasihat Akademik (PA) yang telah memberikan nasihat dan bimbingan selama perkuliahan.



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.

5. Ibu Dr. Mardiah Rubani, S.Ag., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan saran, motivasi dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih atas ilmu yang telah diberikan. Semoga ilmu tersebut menjadi manfaat bagi penulis serta menjadi pahala yang terus mengalir bagi Bapak dan Ibu semua.
7. Terima kasih kepada seluruh majelis guru SMK Negeri 1 Perhentian Raja yang sudah membantu, mendidik, memotivasi penulis hingga sampai ke perguruan tinggi yang diinginkan.
8. Kepada Keluarga Besar HIMAKOM (Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi), FORMADIKSI (Forum Bidikmisi dan Kip kuliah) UIN Suska Riau terima kasih sudah menjadi tempat sekaligus rumah untuk penulis dapat berproses untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi dalam berorganisasi selama perkuliahan ini.
9. Terima Kasih kepada teman teman D'private class dan juga Purlibnator Team atas kebersamaan pada masa perkuliahan.
10. Terima Kasih kepada Difa Aprilia Ayundri, Mirawati, Syafhira Mahmuda, sahabat terbaik yang telah mendukung, memotivasi, dan kebersamaian dari awal perkuliahan hingga sampai saat ini.
11. Terima Kasih kepada Gacoan Pride, Adinda Ayu Adisty, Nur Indah, Rizky Afnisa, Sindi Putria yang telah kebersamaian, memberi motivasi penulis hingga mencapai gelar sarjana dengan menyelesaikan skripsi ini.
12. Terakhir, kepada diri saya sendiri Nadya Pratiwi. Terima kasih telah berani memulai, lalu dengan gigih menyelesaikan. Terima kasih telah tetap melangkah, bahkan saat jalan terasa terjal. Terima kasih untuk terus menikmati setiap proses meski tak selalu mudah serta yang paling penting terima kasih telah bertahan setiap harinya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan serta ilmu yang berguna bagi penulis dalam menerapkannya di masyarakat.

Pekanbaru, 18 Maret 2025
Penulis,

NADYA PRATIWI
NIM. 12140320019



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Penegasan Istilah	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	14
2.3 Kerangka Pikir	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.3 Sumber Data	23
3.4 Informan Penelitian	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Validitas Data	25
3.7 Teknik Analisis Data	26
BAB IV GAMBARAN UMUM	
4.1 Gambaran Umum Kota Pekanbaru	27
4.2 Gambaran Umum Aplikasi TikTok	29



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.

4.3 Deskripsi Informan	30
------------------------------	----

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

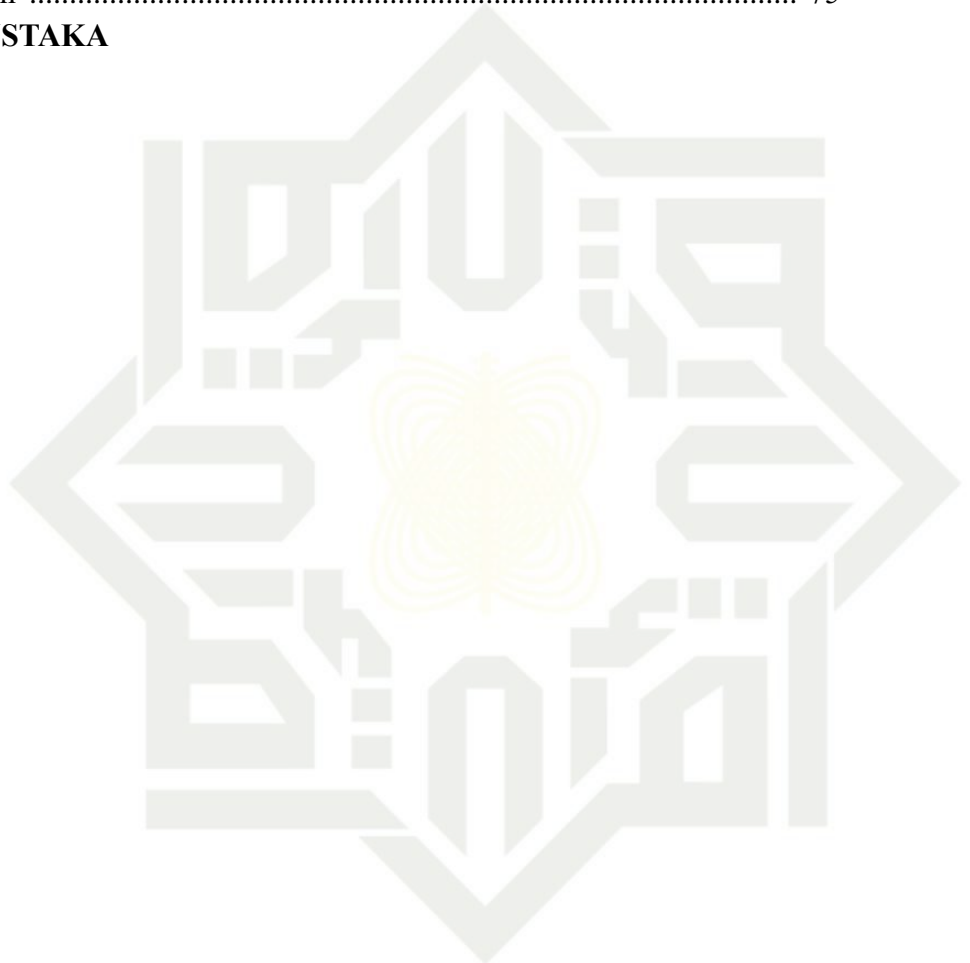
5.1 Hasil Penelitian	38
5.2 Pembahasan	64

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



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.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian	24
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna TikTok di Dunia	2
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	22
Gambar 4.1 Lokasi Kota Pekanbaru	27
Gambar 4.2 Logo Aplikasi TikTok	29
Gambar 4.3 Akun TikTok Rendi Kurniawan	30
Gambar 4.4 Akun TikTok Putri Yuwandari	31
Gambar 4.5 Akun TikTok Alviansyah	32
Gambar 4.6 Akun TikTok Silvia Febriani	33
Gambar 4.7 Akun TikTok Sulasih	34
Gambar 4.8 Akun TikTok Dandi Pranata	35
Gambar 4.9 Akun TikTok Navanessa Zhaviraira	36
Gambar 4.10 Akun TikTok Sindy	37
Gambar 5.1 Bentuk <i>Ingratiation</i> Informan Dandi	39
Gambar 5.2 Bentuk <i>Ingratiation</i> Informan Putri Yuwandari	40
Gambar 5.3 Bentuk <i>Ingratiation</i> Informan Navanessa Zhaviraira	41
Gambar 5.4 Bentuk <i>Ingratiation</i> Informan Rendi Kurniawan	43
Gambar 5.5 Bentuk <i>Ingratiation</i> Informan Sindi	44
Gambar 5.6 Bentuk <i>Ingratiation</i> Informan Sulasih	45
Gambar 5.7 Bentuk <i>Ingratiation</i> Informan Alviansyah	47
Gambar 5.8 Bentuk <i>Ingratiation</i> Informan Silvia	48
Gambar 5.9 Bentuk <i>Self-Promotion</i> Informan Rendi Kurniawan	51
Gambar 5.10 Bentuk <i>Self-Promotion</i> Informan Silvia	52
Gambar 5.11 Bentuk <i>Self-Promotion</i> Informan Sulasih	53
Gambar 5.12 Bentuk <i>Self-Promotion</i> Informan Dandi	54
Gambar 5.13 Bentuk <i>Self-Promotion</i> Informan Alvin	55
Gambar 5.14 Bentuk <i>Exemplification</i> Informan Sulasih	56
Gambar 5.15 Bentuk <i>Exemplification</i> Informan Dandi	57
Gambar 5.16 Bentuk <i>Exemplification</i> Informan Rendi	58
Gambar 5.17 Bentuk <i>Exemplification</i> Informan Silvia	69
Gambar 5.18 Bentuk <i>Exemplification</i> Informan Alvin	60
Gambar 5.19 Bentuk <i>Supplication</i> Informan Silvia	61
Gambar 5.20 Bentuk <i>Supplication</i> Informan Alviansyah	61
Gambar 5.21 Bentuk <i>Supplication</i> Informan Sindi	62
Gambar 5.22 Bentuk <i>Supplication</i> Informan Putri	62

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.

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 5.23 Bentuk <i>Supplication</i> Informan Sulasih	63
Gambar 5.24 Bentuk <i>Supplication</i> Informan Dandi	63
Gambar 5.25 Bentuk <i>Supplication</i> Informan Navanessa Zhaviraira	64
Gambar 5.26 Bentuk <i>Supplication</i> Informan Rendi	64





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Draft Wawancara
Lampiran II	Dokumentasi
Lampiran III	Daftar Riwayat Hidup Penulis



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.



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

Pada zaman yang modern saat ini, masyarakat sangat mengandalkan teknologi sebagai sarana baru untuk berkomunikasi dengan orang lain. Hampir tidak terelakkan bagi masyarakat modern untuk tidak terpapar oleh media teknologi dengan berbagai tujuan, termasuk meningkatkan interaksi sosial. Dalam konteks revolusi industri 4.0, digitalisasi yang mengandalkan teknologi yang cepat bisa secara signifikan mempengaruhi gaya hidup seseorang, terutama karena perkembangan teknologi modern ini mempengaruhi pola komunikasi dalam aktivitas harian mereka. Kemajuan teknologi yang terus berkembang dengan berbagai jenis teknologi komunikasi telah memberikan dampak besar pada kehidupan sehari-hari banyak orang saat ini (Islami et al., 2022).

Media sosial di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Menurut data reportal, pada tahun 2023 terdapat jumlah pengguna mencapai 167 juta dengan 79% dari total populasi pengguna yang berusia di atas 18 tahun. Tidak hanya itu, sekitar 78% pengguna internet diperkirakan memiliki setidaknya satu akun media sosial dan prediksi menunjukkan bahwa angka ini akan terus meningkat dimasa depan. Melansir dari Statista juga mencerminkan perkembangan ini hanya dengan 47,3% populasi pengguna media sosial pada tahun 2017 yang diperkirakan akan melonjak dua kali lipat menjadi 81,82% pada tahun 2026 (Z. Yonatan, 2023). Hal tersebut, mencerminkan dampak besar perkembangan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Sebelum era modern, penikmat media hanya dapat menikmati konten yang disajikan oleh sumber media. Namun, saat ini pengguna media tidak hanya menjadi penikmat konten, melainkan juga dapat aktif mengisi konten di media tersebut seiring dengan evolusi zaman. Media sosial sebagai platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, mempresentasikan diri dan menciptakan konten yang mendorong nilai dari interaksi dengan orang lain. Media sosial tumbuh pesat saat ini karena memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk berinteraksi tanpa tatap muka dan mengubah media menjadi sarana untuk memperlihatkan diri secara luas melalui pembaruan yang mereka bagikan di platform tersebut (Islami et al., 2022).

Dalam interaksi sosial, individu cenderung mengontrol kesan orang lain terhadap dirinya, dengan mengontrol manajemen kesan, seseorang akan memiliki persepsi positif tentang bagaimana mereka bertindak yang membuat

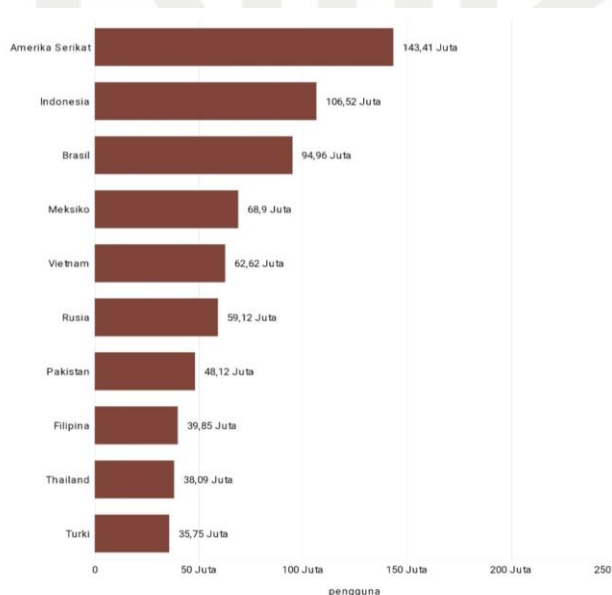
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

mereka lebih menarik bagi orang lain dan membuatnya penting untuk mencapai kesepakatan (Saifuddin, 2024). Dalam konsep Jones dan Pitman menyebutkan bahwa ada lima bentuk strategi umum yang digunakan seseorang untuk melakukan manajemen kesan melalui media sosial guna mendapatkan hasil yang diinginkan, yaitu: *ingratiation*, *intimidation*, *self-promotion*, *exemplification*, dan *supplication* (Hutagalung, 2022).

Menurut (Rahmana, Putri N, et al., 2022) Platform digital dalam bentuk jejaring media sosial dapat diakses dengan mudah oleh berbagai kelompok usia, yaitu TikTok. TikTok menjadi salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan generasi Z. Aplikasi ini berasal dari Tiongkok yang merupakan aplikasi jaringan sosial dan platform video musik dengan durasi 15 detik hingga 5 menit yang mencapai 45,8 juta unduhan dan 625 juta pengguna aktif. Aplikasi ini digunakan untuk merekam, mengedit dan mengunggah karya guna untuk dilihat oleh masyarakat umum. Tiktok sebagai media sosial yang sedang tren terkini di kalangan generasi Z, memungkinkan pengguna untuk menciptakan video pendek dengan efek khusus yang menarik dengan melalui fitur-fitur seperti filter *voice changers*, *filter beautify*, filter *auto captions* serta fitur untuk menghapus komentar dan memblokir pengguna secara massal menjadikan TikTok sebagai platform yang mendukung kreativitas penggunanya (Amelia et al., 2022).

Berdasarkan laporan *We Are Social And Hootsuite*, berikut adalah urutan pengguna media sosial TikTok pada bulan Oktober 2023.



Gambar 1.1
Jumlah Pengguna TikTok di Dunia

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.

Dari grafik pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pengguna media sosial TikTok di Indonesia telah menarik perhatian dunia yang telah menduduki peringkat ke 2 dengan mencapai 106,52 Juta pengguna (Annur, 2023). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika pertumbuhan TikTok yang semakin luas dan dapat diakses dengan mudah oleh berbagai kalangan usia.

Menurut (Rahmana, Putri N, et al., 2022) Generasi Z (tahun 1996-2010) kelompok yang muncul ketika teknologi berkembang, mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dalam era internet, berbeda dengan generasi sebelumnya yang mengalami transisi teknologi. Generasi Z cenderung memiliki kegemaran terhadap teknologi, fleksibel, cerdas dan toleran terhadap perbedaan budaya, khususnya dalam penggunaan telepon seluler, mereka dapat diidentifikasi dengan ketergantungan pada internet, terhubung dengan dunia maya dan memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan informasi dan pendidikan termasuk melalui aplikasi seperti TikTok yang melekat pada generasi Z saat ini.

Pekanbaru yang menjadi ibu kota Provinsi Riau dengan mengalami perkembangan wilayah yang lebih cepat dibandingkan daerah lain di provinsi yang sama (Pahlevi & Amri, 2024). Penggunaan media sosial TikTok oleh generasi Z di Pekanbaru menjadi platform yang aktif digunakan dalam berbagai konteks termasuk profesional dan pribadi. Budaya digital yang kian kuat didukung oleh peningkatan akses internet dan smartphone di kalangan generasi Z di Pekanbaru (Putra et al., 2025).

Kecenderungan generasi Z untuk mengelola kesan diri melalui media sosial tidak terlepas dari dinamika sosial dan pendidikan di kota Pekanbaru. Bagaimana orang berinteraksi secara online yang memperhatikan norma norma budaya Melayu yang menjunjung tinggi sopan santun. Sebaliknya, generasi ini dimotivasi untuk menjadi lebih ekspresif dan terbuka dalam menunjukkan identitas digital mereka melalui konten viral dan tren global. Strategi manajemen kesan melalui TikTok menarik untuk di kaji karena kombinasi budaya lokal yang ada (Wulandari & Wibowo, 2020).

Media sosial TikTok menjadi ruang sosial baru, memungkinkan generasi Z di Pekanbaru menampilkan berbagai versi diri mereka sesuai dengan tren, konteks audiens, dan tujuan tertentu, baik untuk hiburan, eksistensi, maupun branding personal. Kreativitas tidak hanya ditunjukkan oleh konten yang dibuat juga untuk membantu membangun citra diri secara strategis, baik secara spontan maupun terencana (Putri et al., 2024).

Fenomena generasi Z di Pekanbaru dalam melakukan strategi manajemen kesan melalui media sosial TikTok menarik untuk dikaji lebih dalam. Berdasarkan hasil pra riset awal yang dilakukan peneliti, dapat dilihat bahwa

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.

generasi Z di Pekanbaru menggunakan media sosial TikTok sebagai platform untuk menunjukkan diri mereka secara digital agar dapat memberikan sebuah kesan kepada *audiens*. Konten yang mereka unggah sangat beragam, mulai dari mengikuti tren populer, menampilkan bakat, hingga membagikan momen kehidupan sehari-hari. Selain itu, alasan mereka melakukan manajemen kesan melalui TikTok adalah sebagai hiburan serta konten edukasi. Hal ini menunjukkan pentingnya mengkaji lebih lanjut bentuk strategi manajemen kesan generasi Z di Pekanbaru melalui media sosial TikTok untuk memahami fenomena ini secara komprehensif.

Berdasarkan penjelasan di atas selaras dengan penelitian (Rahmana, Putri, et al., 2022) menemukan bahwa TikTok telah menjadi salah satu media sosial yang paling populer di kalangan generasi Z karena pengguna menciptakan video pendek dengan berbagai efek unik. Selain itu aplikasi ini untuk mengelola kesan mereka secara digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bentuk strategi manajemen kesan yang dilakukan generasi Z di ruang digital melalui media sosial TikTok. Maka penelitian ini mengambil judul “Strategi *Impression Management* Generasi Z di Ruang Digital Melalui Media Sosial TikTok (Studi di Pekanbaru)”.

1.2 Batasan Masalah

Agar menjaga fokus penelitian dan tidak melebar dari pokok pembahasan yang dimaksud, penelitian ini memfokuskan ruang lingkupnya pada generasi Z yang telah memiliki banyak pengikut di TikTok serta rutin upload video di akun pribadinya. Penulis hanya melihat dari bentuk strategi pengguna dalam menggunakan media sosial TikTok untuk melakukan strategi manajemen kesan.

1.3 Penegasan Istilah

Adapun penegasan istilah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.3.1 *Impression Management*

Impression management juga dikenal sebagai manajemen kesan adalah suatu proses dimana seseorang mencoba mengontrol atau mengubah reaksi orang lain untuk memberikan gambaran atau ide mereka tentang diri mereka sendiri (Rakhman & Yudawisastara, 2024).

1.3.2 Generasi Z

Generasi Z lahir antara tahun 1996 hingga 2010 dikenal sebagai mereka yang tumbuh dengan internet dan teknologi yang canggih serta sering berinteraksi melalui media sosial daripada membaca media konvensional. Generasi Z memiliki karakteristik melek teknologi, menghabiskan waktu dengan ponsel dan menonjolkan gaya hidup yang tercermin di media sosial mereka (Sissoko & Prasetyawati, 2022).

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.

1.3.3 Ruang Digital

Ruang digital merupakan wilayah yang dikontrol oleh kecepatan elektronik, keberadaan manusia mengalami transformasi fundamental yang bergerak di dalam ruang online yang terhubung ke jaringan serta mampu menyerap informasi melalui simulasi elektronik. Pada tahap ini, ruang digital menjadi tempat orang-orang berinteraksi, berkomunikasi dan berbagi informasi secara online. Aktivitas dalam ruang digital mencakup berbagi konten (foto, video, teks), berkomunikasi (chat, video, call), berkolaborasi, berbelanja online, hingga bermain game bersama (Huda, 2022).

1.3.4 Media Sosial

Media sosial sebagai wadah daring pada penggunaannya yang dapat mudah terlibat, berbagi dan menciptakan konten. Beberapa pandangan menyatakan bahwa media sosial adalah platform online yang mendukung interaksi sosial, menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif serta berkolaborasi yang dapat membuka peluang interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi masyarakat umum (Liedfray et al., 2022).

1.3.5 TikTok

TikTok adalah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan pengguna menunjukkan kreativitas mereka melalui sejumlah video unik. Aplikasi ini memberikan fitur kepada masyarakat berdasarkan usianya. Beberapa orang percaya bahwa aplikasi ini dapat membantu orang menjadi lebih kreatif dan memanfaatkan potensi mereka (Yudha Alam, 2023).

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu bagaimana *impression management* generasi Z di ruang digital melalui media sosial TikTok (Studi di Pekanbaru)?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari rumusan masalah pada penelitian ini, yakni untuk mengetahui bagaimana *impression management* generasi Z di ruang digital melalui media sosial TikTok (Studi di Pekanbaru)

1.6 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Menambah wawasan, berkontribusi pada penelitian akademis mengenai media sosial serta dapat menawarkan contoh metode penelitian untuk memahami strategi *impression management* Generasi Z secara digital.

b. Manfaat Teoritis

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.

Menyediakan serta untuk memperkaya data empiris dengan fokus pada penggunaan media sosial untuk strategi *impression management* dalam konteks lokal seperti di Pekanbaru.

c. Manfaat Praktis

Memberikan pemahaman kepada pendidik serta orang tua mengenai cara mendukung pengelolaan manajemen kesan di ruang digital yang dilakukan oleh Generasi Z. menjadi dasar untuk kebijakan yang memahami kebutuhan dan tantangan Generasi Z dalam lingkungan digital juga membantu pemasar dan bisnis berinteraksi optimal dengan Generasi Z melalui platform media sosial seperti TikTok.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdapat 6 bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian bab I berisi mengenai latar belakang, batasan masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini adalah menjabarkan dari kajian terdahulu, landasan konseptual, konsep operasional dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian, mencakup jenis dan pendekatan yang dipilih, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, serta Teknik analisis data yang diperoleh.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Bab IV menyajikan gambaran umum tentang objek yang diteliti, meliputi profil, sejarah, visi dan misi, serta sarana dan prasarana.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab V ini memaparkan penyajian data, hasil penelitian serta analisis data.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



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 II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Agar skripsi yang sesuai dengan prosedur dan mencapai target yang optimal, seorang penulis perlu mengkaji terlebih dahulu penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti guna untuk memahami perbedaan antara penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian Mohammad Insan Romadhan, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana – Manajemen Kesan Pelaku Budaya Musik Saronen dalam Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi - Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.5, No.2, November 2021

Jurnal ini membahas cara yang digunakan oleh pelaku budaya musik tradisional saronen di Sumenep untuk mempertahankan eksistensinya selama masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan teori *impression management* dari Edward Jones yang mencakup lima strategi utama: *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, *supplication*, dan *intimidation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku budaya musik saronen menggunakan *ingratiation* dengan mengajar masyarakat sekitar untuk memainkan alat musik, *self-promotion* dengan menunjukkan kemampuan mereka dalam memainkan musik tradisional, dan *supplication* dengan menunjukkan kondisi mereka sebagai korban pandemi yang kehilangan banyak kesempatan untuk tampil, karena dianggap tidak relevan dengan situasi mereka, taktik *intimidation* tidak digunakan (Romadhan & Pradana, 2021). Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti adalah pada subjek dan konteksnya yaitu jurnal ini berfokus pada kelompok seni tradisional yang berusaha mempertahankan eksistensi budaya dalam ruang offline dengan pendekatan komunitas, sementara penelitian ini meneliti generasi Z di Pekanbaru yang membangun citra melalui platform digital TikTok. Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni keduanya terletak penggunaan teori *impression management* sebagai landasan untuk memahami bagaimana subjek yang menciptakan kesan yang diinginkan public melalui strategi komunikasi yang direncanakan.

2. Penelitian Wiko Lasmawan, Nurfian Yudhistira – *Impression Management* Vindes dalam Pertandingan Tiba-Tiba Tenis “Desta



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.

Mahendra VS Raffi Ahmad” – Journal Of Social Science Research Vol.3 No.2 2023

Jurnal ini meneliti bagaimana Vincent Rompies dan Desta Mahendra menggunakan strategi *impression management* untuk membangun citra diri melalui konten YouTube saat mengadakan acara tiba-tiba tenis. Penelitian ini menggunakan lima strategi *mpression management* dari Jones dan Pittman yaitu *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, *intimidation*, dan *supplication*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua figure public ini menggunakan strategi *ingratiation*, *self-promotion*, dan *exemplification* sebagai strategi yang paling sering digunakan. Mereka digambarkan sebagai orang yang cerdas, ramah dan bermoral baik, dan menggunakan pendekatan sportinment untuk mendorong orang unruk menyukai tenis. Strategi ini menciptakan citra yang positif dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam acara (Lasmawan & Yudhistira, 2023). Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti yaitu jurnal ini berfokus pada publik figure yang menggunakan YouTube sebagai media promosi dan pencitraan diri, sementara peneliti berfokus pada Generasi Z di Pekanbaru melalui media sosial TikTok. Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni sama sama menggunakan media sosial sebagai alat untuk membentuk kesan dan citra diri dengan menggunakan strategi pengelolaan kesan yang direncanakan.

3. Penelitian Mirha Fitriani, Zaenal Mukarom, dan Dyah Rahmi Astuti – Impression Management Citra Tissa Biani Sebagai Selebgram di Media Sosial Instagram – Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat Vol. 8, No. 4 2024

Jurnal ini membahas mengenai bagaimana Tissa Biani, aktris dan selebgram menggunakan media sosial Instagram. Pada penelitian ini menggunakan teori *impression management* yang mencakup lima strategi dari Jones dan Pittman yaitu *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, *intimidation*, dan *supplication*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tissa Biani menggunakan empat dari lima strategi tersebut, yaitu *ingratiation* dengan memberikan penghargaan kepada rekan kerja dan menunjukkan kesederhanaan, *self-promotion* dengan menjadi duta merk dan aktor film populer, *exemplification* dengan berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan menyampaikan pesan moral dan *supplication* dengan berinteraksi kapad orang yang menunjukkan sisi sensitive dan terbuka. Dalam hal ini menciptakan citra yang baik di mata public sebagai figure professional, peduli dan rendah hati dengan menggunakan empat strategi ini (Fitriani et al., 2024). Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti

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.

yaitu jurnal ini mengkaji mengenai seorang selebritas di Instagram, sedangkan peneliti berfokus *impression management* Generasi Z di ruang digital melalui media sosial TikTok. Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan media sosial sebagai tempat untuk menciptakan dan mengelola kesan, dan menganalisis berdasarkan *impression management*.

4. Penelitian Alma Alifah Putri Resdina, Ferry Darmawan – Manajemen Kesan Master of Ceremony Formal dalam Membawakan Acara - Bandung Conference Series: Public Relations Vol. 5, No. 1 2025

Jurnal ini membahas mengenai strategi *impression management* yang digunakan oleh Master of Ceremony (MC) formal di salah satu perguruan tinggi negeri berbadan hukum (PTN BH) di Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tenaga kependidikan yang memiliki tanggung jawab tambahan untuk menjadi MC untuk acara resmi kampus membangun citra profesional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tenaga kependidikan yang memiliki tanggung jawab tambahan untuk menjadi MC untuk acara resmi kampus membangun citra profesional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MC formal di salah satu PTN BH di Bandung menggunakan empat dari lima strategi *impression management* untuk strategi *ingratiation* dilakukan dengan menunjukkan sikap ramah dan berkomunikasi yang baik dengan audiens, selanjutnya *self-promotion* terlihat dari upaya MC untuk menampilkan secara profesional, *exemplification* tampak dalam etika kerja dan dedikasi tinggi sedangkan dan *intimidation* digunakan secara positif untuk mengatur audiens dalam suasana formal. Strategi *supplication* jarang digunakan dianggap tidak sesuai dengan konteks acara formal. (Resdina & Dermawan, 2025). Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti adalah pada konteks dan subjek yang diteliti yaitu jurnal ini berfokus pada tenaga kependidikan dalam acara formal institusional, sedangkan peneliti berfokus pada Generasi Z di Pekanbaru. Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni keduanya membahas penggunaan strategi *impression management* untuk membentuk persepsi positif dari audiens.

5. Penelitian Cindy Alfionita Rahmadani, Mohammad Insan Romadhan, Muchammad Rizqi – Manajemen Kesan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya Dalam Menunjukkan Eksistensi Melalui Media Sosial TikTok – Jurnal Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi Vol. 2, No. 2 Juli 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.

Jurnal ini membahas mengenai bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya menggunakan kesan diri mereka di media sosial TikTok sebagai cara untuk menunjukkan eksistensi mereka sendiri. Penelitian ini menggunakan lima strategi manajemen kesan Jones dan Pittman, yaitu *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, *supplication*, dan *intimidation*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya menggunakan strategi manajemen kesan ini untuk menunjukkan diri mereka di media sosial TikTok, terutama melalui foto dan video. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan strategi *ingratiation* yang berarti mereka membuat konten yang menunjukkan peningkatan diri dan perilaku positif agar terlihat menyenangkan dan disukai oleh audiens. Mereka juga menggunakan strategi *exemplification* yang berarti mereka melakukan hal-hal baik seperti membantu sesama atau menyebarkan pesan moral, dan strategi *self-promotion* yang berarti mereka menunjukkan prestasi dan kemampuan mereka melalui konten (Rahmadani & Romadhan, 2024). Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti yaitu jurnal ini berfokus mahasiswa Ilmu Komunikasi di UNTAG Surabaya sedangkan peneliti berfokus pada Generasi Z di ruang digital melalui media sosial TikTok. Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni keduanya menggunakan platform TikTok dan membahas bagaimana orang mengelola kesan kepada audiens online dengan teori manajemen kesan.

6. **Penelitian Penelitian Qudratullah, Rosniar, Wild Ananta – Broadcasting Laboratory Impression Management Strategy in Building the Image of IAIN Bone Bone - Research Institute and Community Engagement State Islamic Institute of Madura Vol. 20, No. 2 2023**

Jurnal ini membahas strategi *impression management* yang dilakukan oleh Laboratorium Penyiaran KPI IAIN Bone dalam membentuk citra institusi melalui platform media sosial, khususnya YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Laboratorium Penyiaran menggunakan strategi komunikasi untuk memperkuat citra kampus sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul, humanis, dan profesional. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif serta menggunakan strategi manajemen kesan dari Jones dan Pittman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Laboratorium Penyiaran KPI IAIN Bone menggunakan strategi *self-promotion* paling dominan. Ini ditunjukkan dengan menampilkan keunggulan, prestasi, dan kualitas sumber daya manusia kampus dalam setiap tayangan program. Program seperti

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.

"Sejukkan Iman" dan "Tanya-Tanya Dosen", yang menampilkan sisi humoris dan hangat dari civitas akademika, menggunakan strategi *ingratiation* untuk menciptakan kesan ramah dan akrab. Strategi *exemplification* digunakan untuk menampilkan nilai-nilai moral dan dakwah Islam dalam konten siaran. Sementara itu, strategi *intimidation* dan *supplication* digunakan secara terbatas karena dikhawatirkan menyebabkan konflik atau merusak reputasi institusi (Qudratullah et al., 2023). Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti adalah pada subjek yang diteliti yaitu jurnal ini berfokus pada Laboratorium Penyiaran sebagai representasi lembaga pendidikan tinggi Islam sedangkan peneliti berfokus pada Generasi Z di Pekanbaru serta. Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni keduanya menggunakan strategi *impression management* untuk membentuk persepsi positif di ruang digital.

7. Penelitian Mustofa Abror, Rohimat Nurhasan Intan Tensia Prawita Sari - Impression Management Pengguna Media Sosial Instagram - Journal of Knowledge Management Vol.14, No.2 2020

Jurnal ini membahas strategi *impression management* yang digunakan Wishnutama Kusubandio di akun Instagramnya saat menjabat sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Wishnutama menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengubah persepsinya tentang dirinya sendiri di hadapan masyarakat umum, terutama pada dua bulan pertama jabatannya. Metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima strategi *impression management* oleh Jones dan Pittman, Wishnutama hanya menggunakan tiga: *ingratiation*, *self-promotion*, dan *exemplification*. Strategi *ingratiation* paling dominan digunakan, yang ditunjukkan melalui tindakan seperti *favor doing* (membantu orang lain), *self-enhancement* (menunjukkan kelebihan diri), *other enhancement* (memuji orang lain), dan *opinion conformities* (menyesuaikan dengan opini publik). Namun, *exemplification* hanya muncul dalam bentuk tindakan militan, yaitu ajakan untuk berpikir positif dan bertindak baik, seperti saat memperingati Hari Pahlawan. Dalam unggahan-unggahan yang dianalisis, tidak ada strategi *supplication* dan *intimidation* yang ditemukan (Abror, 2020). Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti adalah pada subjek yang diteliti yaitu jurnal ini berfokus pada pejabat publik yang memiliki otoritas dan eksposur tinggi di media sosial sedangkan peneliti berfokus pada Generasi Z di Pekanbaru. Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni keduanya menggunakan strategi *impression*

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.

management untuk menciptakan kesan tertentu kepada *audiens* digital dan mengelola citra yang ingin dibangun secara sadar dan terarah.

8. **Penelitian Mohammad Insan Romadhan – Manajemen Kesan Disparbudpora Sumenep Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata – Jurnal Pikom, Vol. 22, No. 1 Juni 2021**

Jurnal ini membahas strategi manajemen kesanyang digunakan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga (Disparbudpora) Sumenep untuk menciptakan citra destinasi wisata melalui program "Visit Sumenep". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Disparbudpora Sumenep menggunakan strategi pengelolaan kesan untuk menciptakan citra wisata yang positif meskipun Sumenep secara geografis bukanlah tempat transit. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori strategi *impression management* dari Jones dan Pittman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Disparbudpora Sumenep secara aktif menggunakan tiga dari lima strategi yaitu *ingratiation* dengan mengadakan festival budaya dan hiburan umum, *self-promotion* dengan mempromosikan keunikan Sumenep, seperti Gili Labak dan Pantai Lombang, pengrajin keris terbanyak di dunia), dan *exemplification* dengan menggambarkan Sumenep sebagai representasi "*The Soul of Madura*", strategi *supplication* dan *intimidation* tidak digunakan karena dianggap tidak sesuai dengan pendekatan wisata humanis yang mereka bangun. Selama dua tahun terakhir, program Visit Sumenep dianggap berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Sumenep (Romadhan, 2021). Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti yaitu penelitian ini meneliti institusi pemerintahan dan strategi branding destinasi wisata, sedangkan penelitian ini berfokus pada Generasi Z dan bagaimana mereka membentuk citra diri mereka di media sosial TikTok. Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni keduanya menggunakan pendekatan manajemen dampak untuk membentuk citra positif di ruang publik melalui media sosial.

9. **Penelitian Eunike Iona Saptanti – Analisis Manajemen Impresi Ma'ruf Amin dalam Debat Pilpres 2019 – Jurnal UltimaComm Vol. 12, No. 2, 2020**

Jurnal ini membahas strategi manajemen impresi yang digunakan oleh Ma'ruf Amin sebagai calon wakil presiden dalam Debat Pilpres 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif menganalisis argumen-argumen Ma'ruf Amin berdasarkan taksonomi strategi manajemen impresi dari Jones dan Pittman, yaitu *ingratiation*, *intimidation*, *self-promotion*, *exemplification*, dan *supplication*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang paling dominan digunakan adalah *self-promotion*, diikuti

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.

oleh *ingratiation*. Strategi *self-promotion* digunakan untuk membangun citra sebagai sosok yang kompeten, ditunjukkan melalui penyampaian program kerja dan penggunaan istilah modern. Strategi *ingratiation* digunakan untuk menampilkan kesan hangat dan bersahabat, misalnya dengan memberi salam dan memuji pencapaian pasangan capresnya, Joko Widodo. Strategi *supplication* muncul dalam bentuk permintaan doa dan dukungan publik, sedangkan *exemplification* dan *intimidation* digunakan secara terbatas (Saptanti, 2020). Perbedaan jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti adalah pada konteks dan subjek, yakni jurnal ini berfokus pada tokoh politik senior dalam panggung debat formal, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada Generasi Z di Pekanbaru. Persamaannya terletak pada penggunaan strategi manajemen impresi untuk membentuk persepsi positif dari audiens.

10. Penelitian Rey Kevi Windy Vernanda, Merry Fridha Tri Palupi, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradan – Manajemen Kesan DINKOMINFO Surabaya Pada Instagram Bangga Surabaya Dalam Membentuk Citra Sebagai Media Informa, Vol. 1, No.1 2022

Jurnal ini membahas mengenai Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kota Surabaya menggunakan akun Instagram "Bangga Surabaya" untuk menciptakan citra untuk media informasi publik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana Dinkominfo menggunakan platform digital Instagram untuk menciptakan kesan positif terhadap instansi, terutama dalam posisi mereka sebagai penyedia informasi pelayanan publik. Penelitian ini menggunakan Teori manajemen impresi Edward Jones dengan lima strategi utama *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, *supplication*, dan *intimidation*. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan secara aktif menerapkan empat strategi. Strategi *ingratiation* terlihat melalui penyelenggaraan festival dan dukungan terhadap UMKM, yang bertujuan menampilkan diri sebagai institusi yang dekat dan menyenangkan bagi masyarakat. *Self-promotion* ditunjukkan melalui publikasi berbagai penghargaan dan inovasi Pemerintah Kota Surabaya. *Exemplification* digunakan dalam penyebaran informasi terkait penanganan penyakit PMK (Penyakit Mulut dan Kuku), sedangkan *intimidation* tampak pada penanganan krisis seperti kecelakaan di Kenpark, untuk menunjukkan ketegasan dan kecepatan respon pemerintah. Strategi *supplication* tidak digunakan karena tidak sesuai dengan posisi institusional Dinkominfo sebagai pelayan publik (Vernanda et al., 2022). Perbedaan pada jurnal ini dengan penelitian yang hendak diteliti yaitu jurnal ini meneliti berkonsentrasi pada lembaga pemerintah dan strategi

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.

pencitraan institusi. Di sisi lain, penelitian ini berfokus pada Generasi Z di Pekanbaru yang menciptakan citra diri mereka secara pribadi melalui TikTok. Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni keduanya terletak pada penggunaan media sosial sebagai alat untuk menciptakan kesan yang diinginkan melalui manajemen kesan yang direncanakan.

2.2 Landasan Teori

Dalam penelitian atau studi ilmiah, landasan teori adalah kerangka konseptual yang digunakan untuk mendukung dan menjelaskan fenomena atau masalah (Sunaryono et al., 2024). Menurut Sugiyono menggambarkan landasan teori sebagai kerangka konseptual yang digunakan peneliti untuk menunjukkan hubungan antara variabel yang dikaji dalam penelitian. Landasan teori juga memberi peneliti garis besar dan hambatan untuk penelitian, sehingga proses pengumpulan dan analisis data menjadi lebih fokus dan terarah (Lontoh, 2024).

2.2.1. Strategi *Impression Management*

Strategi *impression management* merupakan alasan atau keinginan seseorang berusaha untuk menanamkan kesan melalui individu tersebut yang telah mengatur tampilan perilaku dan tindakan yang ingin ditampilkan kepada orang lain (Prastiwi et al., 2024). Menurut Jones dan Pittman (1982), lima strategi *Impression Management* yang biasa digunakan orang adalah sebagai berikut.

1. *Ingratiation* (Mengambil Hati)

Strategi ini merupakan strategi yang digunakan seseorang untuk mendapatkan kesan disukai (*likability*) dari orang lain. Menurut Jones & Pitman, dalam menggunakan salah satu bentuk strategi ini yaitu *ingratiation* agar mampu mempertahankan kredibilitasnya sehingga pujian dianggap tulus, seseorang tidak boleh memuji hal-hal yang tidak dimiliki oleh target pujiannya. Bentuk dari strategi ini disebut dengan gelap atau tersembunyi karena motivasi sebenarnya dari pelaku tersembunyi yang ditekankan adalah membangun penampilan sebagai orang yang benar-benar tulus hati dan perilakunya otentik (asli) (Mukmin & Hasyim, 2021).

Setiap individu memiliki keinginan untuk diterima dan disukai oleh orang lain. Upaya untuk mendapatkan pengakuan dan penerimaan akan muncul ketika seseorang merasa kurang dihargai atau kurang disukai. Dalam usaha untuk disukai, seseorang akan berusaha berperilaku sesuai dengan harapan orang lain. Meskipun demikian, niat untuk disukai sebaiknya tidak diungkapkan 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.

langsung karena dapat dianggap sebagai kepalsuan dan justru menghambat penerimaan dari orang lain. Tindakan *ingratiation* atau upaya untuk mendapatkan yang biasanya dilakukan orang lain antara lain:

a. *Favor doing*

Tindakan ini adalah dengan membantu orang lain dengan tujuan mendapatkan pengakuan dan penerimaan.

b. *Self Enhancement*

Upaya ini untuk meningkatkan harga diri sendiri.

c. *Other Enhancement*

Tindakan ini untuk membuat orang lain merasa nyaman dan diterima.

d. *Opinion Conformities*

Pada tindakan ini merupakan upaya untuk menyesuaikan pendapat dan sikap dengan pandangan kelompok tertentu (Alvin, 2022).

2. *Intimidation* (Intimidasi)

Teknik ini digunakan seseorang untuk membuat orang lain merasa takut. *Indimidation* merupakan langkah yang dilakukan individu agar dapat menciptakan persepsi bahwa dirinya adalah sosok yang berkuasa dan mengintimidasi. Tindakan ini dilakukan dengan tujuan agar terlihat mengancam sehingga memicu rasa takut pada pihak lain yang dimaksud. Caranya dengan memperlihatkan ledakan amarah, atau pun memamerkan kekuasaan dan kekuatan yang dimilikinya. Intimidasi ini dapat sangat memperngaruhi bagaimana seseorang mempresentasikan dirinya di media sosial, misalnya:

- a) Menurunkan kepercayaan diri
- b) Membatasi kebebasan berekspresi
- c) Menciptkan rasa tidak aman
- d) Mendorong perilaku menutup diri
- e) Menurunkan kualitas interaksi sosial di media sosial

Intimidasi dapat berupa serangan secara langsung seperti komentar mengancam atau hinaan. Bisa juga berupa intimidasi tidak langsung seperti membicarakan seseorang dibelakang atau menyebarkan gosip (Abror et al., 2020).

3. *Self-Promotion* (Promosi Diri)

Bentuk strategi ini untuk mendapatkan kesan kompeten dari orang lain. Dengan demikian, individu tersebut akan berusaha



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.

menjadi orang yang unggul atau memiliki kelebihan, baik dalam hal kemampuan atau keahlian pribadi (Koswanto, 2020). *Self-promotion* ini seseorang menampilkan prestasi yang luar biasa dibidangnya dan sering kali menjadi kunci diakui sebagai seseorang yang berkualitas (Fitri & Adeni, 2020).

4. *Exemplification* (Pemberian Contoh)

Pada bentuk ini digunakan seseorang untuk mendapatkan kesan sebagai orang yang berintegritas dan layak secara moral (*moral worthiness*) dari orang lain. Media sosial kerap digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kesan sebagai orang yang lebih bermoral atau memiliki standar etika yang lebih tinggi dibandingkan orang lain. Seringkali, citra ini disampaikan melalui foto atau pun video (Lyesmaya, 2022).

5. *Supplication* (Permohonan)

Strategi *supplication* merupakan individu yang menampilkan dirinya dengan tujuan mendapatkan rasa kasihan atau belas kasihan dari orang lain, seolah-olah dirinya bergantung pada simpati yang ditunjukkan oleh orang lain tersebut. Misalnya, meminta like untuk sebuah foto, meminta dukungan untuk kompetisi, atau meminta pengikut baru di media sosial. Adapun dampaknya adalah sebagai berikut.

- a) Mendapatkan interaksi yang diinginkan
- b) Kurangnya respon dapat menurunkan kepercayaan diri
- c) Terlalu sering meminta perhatian (Dewi & Rahayu, 2022).

Setiap pengguna media sosial memiliki kebebasan untuk memodifikasi akun mereka sesuai keinginan. Bentuk strategi yang dipilih bisa bervariasi, mulai dari mengatur profil, mengunggah konten tertentu, hingga memanfaatkan fitur-fitur khusus yang disediakan. Tujuannya tentu agar presentasi diri di media sosial tersebut dapat mencerminkan identitas dan citra diri yang diinginkan.

2.2.2 Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Menurut KBBI istilah media sosial terbagi atas 2 kata yaitu, “media” dan “sosial”. Kata “media” berarti alat (sarana) dan “sosial” yaitu berkenaan pada masyarakat dalam hal berkomunikasi (Lumatihunisa & Lakoruhut, 2021). Jadi, media sosial adalah alat atau sarana yang digunakan oleh masyarakat dalam menerima atau mengirim informasi atau yang lebih dikenal dengan berkomunikasi.

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.

Media sosial merupakan platform online yang berperan penting dalam kehidupan saat ini. Tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi antar individu. Dengan demikian, media sosial memiliki dampak yang cukup besar dalam masyarakat sehingga harus digunakan sesuai dengan fungsi dan tujuan utamanya agar memberikan manfaat. Media sosial menjadi sarana di internet yang memungkinkan penggunanya untuk mempresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain untuk membangun hubungan sosial yang nyata (Agustin & Aji, 2023).

Menurut Philip Katler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi pengguna untuk berbagi informasi melalui teks, gambar dan audio. Media sosial memungkinkan kita untuk saling berbagi, berkolaborasi dan terhubung dengan orang lain melalui berbagai bentuk konten digital secara dua arah. Jadi, seiring perkembangan zaman, pembelajaran mesin dalam fitur-fitur yang ditawarkannya Media sosial memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, tetapi penggunaannya harus memperhatikan masalah privasi data. Pastikan ketika menggunakan media sosial memiliki komitmen tinggi terhadap privasi. Jika tidak, data sensitif yang dimiliki dapat disalahgunakan (Sadiah, 2019).

Data dari *wearesocial.com* pada Januari 2021 menunjukkan pengguna aktif media sosial di dunia mencapai 4,20 miliar atau 53,4% dari total populasi, meningkat 490 juta pengguna atau 13,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan, di Indonesia, pengguna aktif media sosial mencapai 61,8% dari total penduduk. Angka ini mengindikasikan tingginya minat pengguna Indonesia untuk menghabiskan waktu di platform media sosial. Berbagai jenis platform yang digunakan masyarakat seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok dan lainnya (Rosalyn Anwar, 2022).

Menurut Kaplan dan Haenlein terdapat beberapa klasifikasi jenis media sosial mencakup:

1. Proyek Kolaborasi
Situs web yang mengizinkan penggunanya untuk mengubah, menambah atau menghapus konten.
2. Blog dan Mikroblog
Platform yang memberikan kebebasan kepada pengguna untuk mengekspresikan diri seperti curhatan atau kritik.
3. Konten
Situs web pengguna saling berbagi konten media, seperti video, gambar dan e-book.

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.

4. Situs Jejaring Sosial

Aplikasi yang memungkinkan pengguna membuat informasi pribadi untuk terhubung dengan orang lain, seperti berbagi foto dan video.

5. *Virtual game world*

Dunia permainan virtual 3D, dimana pengguna dapat muncul dalam bentuk avatar dan berinteraksi dengan orang lain seperti di dunia nyata.

6. *Virtual Social World*

Dunia virtual yang lebih realitis, pengguna merasa hidup di dunia virtual dengan menggunakan perangkat *virtual reality* dan dapat berinteraksi dengan orang lain seperti kehidupan nyata namun lebih bebas.

b. Karakteristik Media Sosial

Adapun karakteristik dari media sosial yakni:

1. Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah atau lebih dimana terdapat pertukaran informasi dan tanggapan.
2. Media sosial memfasilitasi interaksi sosial yang berkelanjutan dalam jaringan dan komunitas maya.
3. Media sosial memungkinkan berbagi konten seperti teks, gambar, audio, dan video.
4. Konten dapat disebarluaskan secara instan bahkan dalam waktu nyata (*real time*) melalui media sosial.
5. Media sosial di dasarkan pada teknologi internet sebagai penopangnya.

c. Tujuan Media Sosial

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dari media sosial adalah sebagai berikut.

1. Mengekspresikan bakat dan keunikan diri melalui publikasi konten, profil atau aktivitas lain agar dapat dilihat oleh khalayak luas.
2. Memperoleh atau menyebarkan informasi secara cepat sehingga membuat pengguna menjadi lebih dinamis dan mudah beradaptasi.
3. Membentuk komunitas berdasarkan kesamaan minat untuk saling berbicara, berbagi dan bertukar apapun sesuai dengan perhatian bersama.
4. Membangun hubungan personal antar individu yang tidak terbatas jarak, ruang dan waktu, sehingga memungkinkan percakapan langsung meskipun terpisah jauh (Arnani, 2023).

d. Fungsi Media Sosial

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.

Adapun fungsi media sosial yang dirancang Mahmoud dan Auter (2009) tentang model komunikasi daring atau *CMC (Computer-Medicated Communication)*, yakni:

1. Pengguna yang bertindak sebagai pengirim dan penerima pesan. Dalam konteks ini, pengguna atau netizen berperan baik sebagai komunikator maupun komunikan.
2. Media atau saluran yang dibutuhkan untuk memfasilitasi proses interaksi antara pengguna media sosial.
3. Pesan (message) yang dipertukarkan antara pengguna media yang digunakan.
4. Pengaturan komunikasi (*communication setting*) yang memperhatikan sifat komunikasi daring yang *real-time*, di mana lingkungan dan waktu komunikasi bersifat fleksibel sesuai keinginan pengguna (Bintang, 2021).

Media sosial yang sangat meluas di kalangan masyarakat saat ini, tidak dapat dipungkiri lagi karena menjadi kebutuhan pokok dalam menjalani kehidupan yang secara signifikan mempengaruhi cara hidup, kebiasaan sehari-hari, cara berkomunikasi, berinteraksi, bahkan mempengaruhi pola berpikir dalam menyampaikan pendapat dan juga keputusan terhadap berbagai permasalahan hidup (Bayu Tejo Sampurno, 2020).

2.2.4 TikTok

TikTok merupakan platform media sosial yang menawarkan fitur-fitur istimewa dan unik untuk memungkinkan penggunaannya dengan mudah membuat video pendek yang menawan dan menarik perhatian banyak penonton. Aplikasi ini menyediakan layanan pembuatan konten video berdurasi singkat mulai 15 detik hingga 3 menit, dilengkapi dengan berbagai efek memikat seperti musik, filter video, dan lain sebagainya yang membuat meningkatkan daya tarik visual serta presentasi video secara keseluruhan guna mengekspresikan kreativitas mereka sebagai pembuat konten atau yang dikenal sebagai TikTokers (Fi Sabilla et al., 2024).

TikTok merupakan platform yang mudah digunakan, setelah seorang pengguna membuat konten dan menyebarkannya, maka TikTok dapat merekomendasikan video tersebut kepada pengguna lain berdasarkan pola menonton dan preferensi mereka (Kusumawardhani & Sari, 2021). Misi TikTok adalah mendorong kreativitas masyarakat global melalui video pendek. Berbeda dengan platform media sosial lain, konten TikTok tidak terbatas pada unggahan teman atau pengikut saja, sehingga memungkinkan video mendapat jutaan penayangan

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.

meskipun hanya diikuti oleh ratusan ribu pengguna. Dengan itu, penggunaanya dapat menjadi kreator konten yang dapat mengekspresikan ide idenya (Aris Nurohman, 2021).

Aplikasi TikTok menarik minat masyarakat karena praktis, menyediakan fitur dan template yang menarik, serta musik-musik dengan durasi singkat yang mendorong kreativitas penggunanya. Pengguna bebas memilih video yang ingin ditonton dan dapat mengabaikan video yang tidak relevan dengan menekan tombol “tidak tertarik” agar tidak muncul lagi. Dengan demikian, hal tersebut lah yang menjadi keunggulan dan kepraktisannya sehingga TikTok lebih diminati dibandingkan media sosial lain.

TikTok diluncurkan pertama kali pada September 2016 di Tiongkok sebagai jejaring sosial dan platform khusus untuk membuat serta menyebarluaskan video musik pendek hasil editan pengguna. Pada tahun 2016-2021 penggunaan TikTok mengalami perkembangan sangat pesat mencapai 800 juta di seluruh dunia. Pengguna aktif di seluruh dunia pada 25 Januari 2021, penggunaannya mencapai 800 juta di seluruh dunia. Pengguna aktif di seluruh dunia pada 25 Januari 2021 mencapai 689 juta yang dilansir di wearesocial.com (Kopong Tokan & Dkk, 2024).

Menurut data *Business of Apps*, pada kuartal II 2022 TikTok telah mencapai 1,46 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. Negara dengan pengguna aktif terbesar adalah Amerika Serikat dengan 136,4 juta pada April 2022. Sementara Indonesia menempati urutan kedua dengan 99,1 juta pengguna aktif yang menghabiskan rata-rata 23,1 jam per bulan di aplikasi tersebut. Angka ini meningkat 62,52% dibandingkan tahun sebelumnya (Rahmaniar, 2023).

Aplikasi TikTok mulai menjadi viral dan populer di Indonesia pada tahun 2018. Namun, pada waktu itu pemerintah Indonesia memblokir akses ke aplikasi tersebut karena dianggap mengancam oleh sebagian masyarakat. Meski demikian, setelah beberapa waktu, TikTok dapat diakses kembali dan bahkan semakin banyak orang yang menggunakan aplikasi ini. Hal ini disebabkan oleh banyaknya konten kreatif dan menghibur yang dibuat oleh para kreator TikTok. Demikianlah kepopuleran TikTok yang telah menyebar ke seluruh dunia, termasuk di Indonesia sampai sekarang ini.

Adapun faktor faktor yang mempengaruhi penggunaan TikTok, sebagai berikut.

1. Faktor Internal

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.

Penggunaan aplikasi TikTok sangat dipengaruhi oleh factor internal. Salah satu faktor internal adalah mempelajari cara menggunakan media sosial, termasuk aplikasi TikTok. Tujuan menggunakan media sosial seperti TikTok bukan hanya untuk bersenang-senang, tetapi juga untuk belajar dan bertemu orang baru. Aplikasi TikTok juga dapat membantu kreativitas penggunanya.

2. Faktor Eksternal

Di aplikasi TikTok, pengguna dapat membagikan video untuk mempelajari peristiwa dalam video, sehingga dapat menjadi sebuah informasi (Nur Fadhillah, 2023).

2.2.1 Generasi Z

a. Pengertian Generasi Z

Generasi Z (Zoomer) merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1995 sampai 2010, dimana internet telah meresap ke semua lapisan masyarakat. Mereka sangat mengandalkan teknologi. Dalam era teknologi yang terus berkembang, memungkinkan mereka untuk mengakses informasi dengan cepat melalui aplikasi modern (Salim Lubis & Handayani, 2023).

Menurut Arif Nurohman dan Rina Sari Qurniawati (2021:16), Generasi Z adalah generasi yang pertama kali benar-benar terhubung dengan internet. Mereka sangat aktif menggunakan internet yang menyebabkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman mereka karena kebiasaan berbagi informasi yang terus menerus. Survei yang dilakukan Parent Survey menunjukkan bahwa 34% dari Generasi Z terlibat dalam pertukaran pesan, video, dan foto secara daring. Oleh karena itu, Generasi Z membutuhkan perhatian khusus dalam penggunaan media digital (Chumdari, 2023).

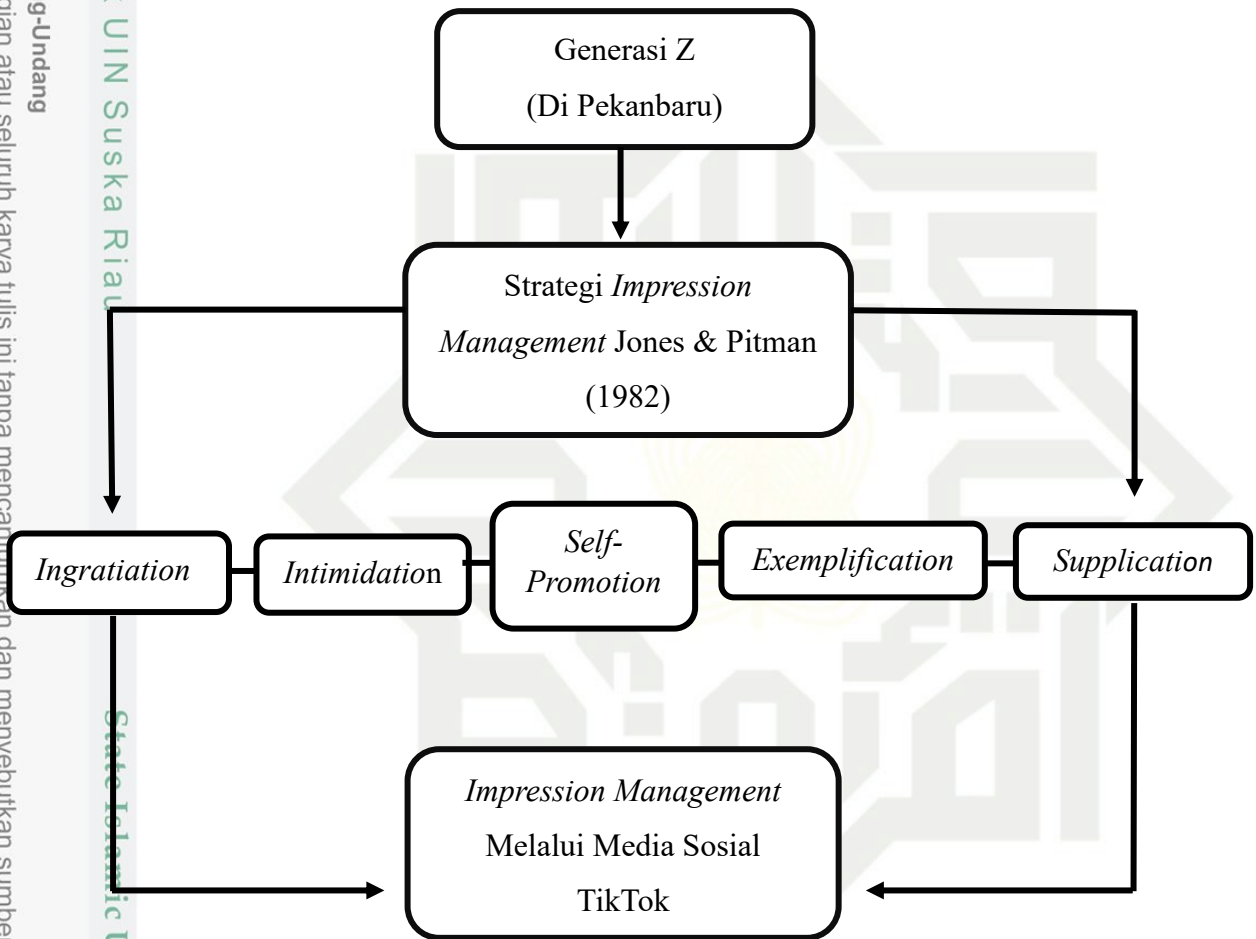
Generasi Z atau generasi pasca milenial, jumlah mereka di Indonesia pada tahun 2010 berjumlah lebih dari 68 juta orang, hampir dua kali lipat dari jumlah Generasi X (kelahiran 1965-1980). Saat ini, populasi Generasi Z di seluruh dunia diperkirakan mencapai sekitar 2,5 miliar orang (Matsum et al., 2022). Adapun karakteristik umum Generasi Z antara lain:

- a. Generasi Z merupakan generasi digital karena lahir di era digital
- b. Menghabiskan sebagian besar waktu sosial mereka dengan memanfaatkan dunia maya
- c. Cenderung melakukan multitasking (mengerjakan banyak hal dalam waktu bersamaan)
- d. Menginginkan pengakuan atas diri mereka
- f. Memiliki ambisi yang besar

g. Menyukai kampanye yang kekinian dan modern (Febrianty, 2023)

2.4 Kerangka Pikir

Untuk memastikan penelitian berjalan dengan lebih terarah dan jelas, perlu disusun sebuah kerangka pikir, maka kerangka pikir untuk penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir
Sumber: Olahan Peneliti 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

Penelitian ini menggunakan paradigma subjektif dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian metode deskriptif untuk mengeksplorasi fenomena presentasi diri generasi Z melalui media sosial TikTok secara mendalam dalam konteks penggunaannya. Menurut Thomas Khun, paradigma merupakan sebuah acuan atau cara pandang terhadap dunia yang membentuk kepercayaan dan landasan bagi sebuah teori (Humaidy et al., 2020). Paradigma subjektif menekankan bahwa realitas tidak dapat dipandang sama karena dipengaruhi oleh sudut pandang dan pengalaman pribadi setiap individu yang berbeda-beda (Faustyna, 2023).

Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan menggunakan informasi yang tidak dapat diukur atau dijumlahkan, cocok untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kompleks dan bersifat subjektif (Ardyan, 2023). Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk menginterpretasikan temuan faktual, gejala, masalah, dan peristiwa yang terjadi secara alami di lapangan dalam waktu tertentu (Fiantika et al., 2022).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian Lokasi Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian dilakukan, penempatan lokasi penelitian adalah langkah penting dalam penelitian karena dengan menetapkan lokasi penelitian berarti objek dan tujuan penelitian sudah ditetapkan, sehingga peneliti lebih mudah melakukan penelitian (Hermawan, 2019). Penelitian ini dilakukan di Pekanbaru, Riau.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2024 sampai Januari 2025.

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah asal dimana informasi dapat diperoleh. Pada dasarnya, data dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua jenis (Arsini, 2020). Adapun sumber data pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber utama atau subjek yang diteliti (Aqham et al., 2023). Data primer

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.

yang diperoleh pada penelitian ini melalui wawancara langsung secara mendalam untuk mengetahui bentuk strategi generasi Z dalam melakukan presentasi diri melalui media sosial TikTok.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2008:402) data sekunder merupakan sumber data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti atau pengumpul data. Dengan kata lain, data sekunder berasal dari pihak lain atau dari dokumen-dokumen pendukung (Zahroh & Rahmawati, 2024). Dalam memperoleh informasi dan data tambahan terkait presentasi diri generasi Z di Pekanbaru, peneliti mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber pendukung yaitu buku, jurnal online, serta skripsi terdahulu.

3.4 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu (Helauddin & Wijaya, 2019). Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019) *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang menggunakan pertimbangan tertentu. Dengan kata lain, unit sampel dihubungkan dengan kriteria tertentu yang diterapkan untuk mencapai tujuan penelitian. Informan dalam penelitian ini merupakan generasi Z yang menggunakan media sosial TikTok untuk presentasi diri, peneliti juga melakukan analisis pada akun TikTok informan. Adapun kriterianya sebagai berikut:

- a. Berdomisili di kota Pekanbaru.
 - b. Memiliki minimal 100 followers pada aplikasi TikTok.
 - c. Informan berusia rentang 13-28 tahun
 - d. Terlibat secara aktif dalam mengunggah konten pada aplikasi TikTok.
- Berikut informan pada penelitian ini tertera pada tabel dibawah.

No	Nama Informan	Akun TikTok
1	Rendi Kurniawan	@rendikurniawan011
2	Putri Yuwandari	@put_riiiii
3	Alviansyah	@13_juniultahku2
4	Silvia Febriani	@silvia.fbrni
5	Sulasih	@jf.fun_
6	Dandi Pranata	@dandipranata023
7	Navanessa Zhaviraira	@nnzhvra_
8	Sindy	@onendyy_

Tabel 3.1 Daftar Nama Informan Penelitian

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.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mengeksplorasi makna tersembunyi dibalik peristiwa atau fenomena tertentu. Maka dari itu, mengumpulkan data yang diperlukan, dibutuhkan informasi yang mendalam dan terperinci salah satu teknik pengumpulan data melalui wawancara (Kristina, 2024). Menurut Sugiyono wawancara adalah pertemuan dua individu yang bertukar informasi dan gagasan melalui dialog, sehingga dapat menghasilkan pemahaman mendalam tentang topik yang dibahas (Ekasari, 2020). Pada penelitian ini, peneliti akan mewawancarai beberapa generasi Z di Pekanbaru yang menggunakan media sosial TikTok untuk presentasi diri.

b. Observasi

Menurut Nana Sudjana, observasi merupakan sebuah pengamatan yang dilakukan secara sistematis terhadap fenomena yang menjadi subjek penelitian. Teknik observasi melibatkan kegiatan mengamati secara teratur fenomena yang akan dikaji (Hasibuan et al., 2023). Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi secara langsung dengan memeriksa profil dan konten dari informan yang tersedia di aplikasi TikTok.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mencari bukti yang valid dan relevan dengan isu yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, dokumentasi dapat berupa berbagai jenis dokumen tertulis seperti kebijakan, biografi, jurnal, atau surat majalah. Selain itu, dokumentasi juga dapat dilengkapi dengan rekaman, gambar, foto untuk memperkaya informasi yang dikumpulkan (Waruwu, 2023). Tujuan dilakukannya dokumentasi dalam penelitian ini adalah untuk menyediakan bukti bahwa telah diadakan sesi wawancara dengan informan yang merupakan pembuat konten untuk presentasi diri di platform TikTok.

3.5 Validitas Data

Validitas data mengacu pada seberapa akurat teknik analisis yang digunakan dalam mempresentasikan informasi yang terkandung dalam data yang ada (Roosinda, 2021). Pada penelitian ini, peneliti menerapkan Triangulasi data. Tujuannya adalah untuk memvalidasi kebenaran informasi dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berbeda, kemudian membandingkan dan mengkonfirmasi data tersebut satu sama lain (Darma et al., 2023).

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.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses menemukan dan mengganti dengan sistematis data seperti hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk membantu peneliti memahami kasus yang mereka pelajari dan menyajikan hasil mereka untuk penggunaan di masa mendatang (Ahmad & Muslimah, 2021). Dalam teknik analisis data kualitatif, terdapat tiga tahap yang umumnya digunakan yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Dalam penelitian, reduksi data dilakukan dengan pemilihan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang diperoleh dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi data digunakan untuk menyederhanakan data sehingga lebih mudah dipahami. Dalam hal ini menggunakan bentuk analisis seperti penyatuan, penggolongan, pengarahan, dan penghapusan data yang tidak diperlukan (Rizal Pahleviannur, 2022).

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah bentuk naratif yang digunakan pada data kualitatif. Penyajian data terdiri dari sekumpulan informasi yang disusun secara sistematis dan mudah dipahami (Suyanti et al., 2023).

c. Penarikan Kesimpulan

Komponen ketiga dari analisis kualitatif adalah penarikan Kesimpulan, juga dikenal sebagai *drawing conclusion*. Penarikan Kesimpulan mencakup tindakan meninjau ulang kembali temuan analisis data dan menilai makna yang muncul dari pertanyaan penelitian (Morissan, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

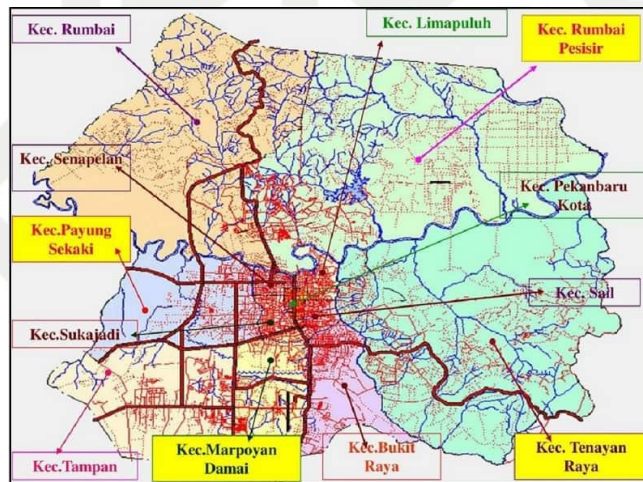
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 Gambaran Umum Kota Pekanbaru

A. Sejarah Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru memiliki akar sejarah yang menarik sebagai pusat perdagangan. Cikal bakal kota ini bermula dari sebuah pasar tradisional yang dibangun oleh pemimpin Kesultanan Siak keempat, yaitu Sultan Abdul Jalil Alamuddin Syah, pada masa kepemimpinannya tahun 11761-1766. Pasar ini strategis berlokasi di kawasan Senapelan yang berada di tepi Sungai Siak, yaitu ketika berperan vital sebagai jalur transportasi dagang yang mengaitkan wilayah pedalaman Sumatra dengan Selat Malaka.



Gambar 4.1 Lokasi Kota Pekanbaru

Sumber: Peta-hd.com

Perkembangan berikutnya terjadi saat putranya, Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazzam Syah yang menjabat sebagai Sultan Siak kelima, memindahkan lokasi ke area yang tidak terlalu jauh dari tempat semula. Perpindahan ini terjadi pada 23 Juni 1784 yang kemudian ditetapkan sebagai hari lahirnya Kota Pekanbaru. Melihat proses perkembangannya, Pekanbaru tumbuh dari sebuah kota Pelabuhan menjadi pusat perdagangan yang signifikan. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa identitas Pekanbaru sebagai kota perdagangan telah terbetuk sejak masa awal perkembangannya, dimulai dari fungsinya sebagai kota pelabuhan yang strategis.

Pekanbaru menjadi bagian distrik dari Kesultanan Siak berdasarkan Keputusan Het Inlandsch Zelfbestuur Van Siak No.1 tanggal 19 Oktober 1919. Berdasarkan Staatsblad Tahun 1932 Nomor 135, Pekanbaru dimasukkan 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.

dalam wilayah Onderafdeeling Kampar Kiri dan ditetapkan sebagai ibu kota Onderfdeeling Kampar Kiri. Pada tanggal 1 Januari 1941, Staatsblad Tahun 1940 Nomor 565 memasukkan Pekanbaru ke dalam wilayah Residentie Riouw (Keresidenan Riau), yang sebelumnya berada di Residentie Oostkust van Sumatra (Keresidenan Sumatra Timur). Pekanbaru ditetapkan sebagai ibu kota Riau (Firdaus, 2022).

Setelah Indonesia meraih kemerdekaannya, Pekanbaru mengalami beberapa perubahan status administratif yang signifikan. Pertama, pada 7 Mei 1946, melalui Keputusan Gubernur Sumatra, kota ini memperoleh status sebagai daerah otonom dengan sebutan haminte. Satu dekade kemudian, tepatnya pada 19 Maret 1956, status Pekanbaru meningkat menjadi daerah otonom kota kecil di bawah naungan Provinsi Sumatra Tengah.

Perubahan berikutnya terjadi pada 9 Agustus 1957, ketika Pekanbaru bergabung dengan Provinsi Riau yang baru dibentuk. Puncaknya pada 20 Januari 1959, Menteri Dalam Negeri menetapkan Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau, menggantikan Tanjung Pinang yang kemudian menjadi ibu kota Provinsi Kepulauan Riau. Perjalanan status administrative Pekanbaru ini menunjukkan bagaimana kota tersebut berkembang dari sebuah daerah otonom biasa hingga akhirnya menjadi pusat pemerintahan sebuah provinsi.

B. Kondisi Geografis

Secara geografis, Pekanbaru berada di jalur Lintas Timur Sumatra dan terhubung dengan beberapa kota seperti Medan, Padang, dan Jambi. Kabupaten Siak melindungi wilayah administratifnya di bagian utara, timur, dan Kabupaten Kampar melindungi wilayah di bagian barat dan selatan. Sungai Siak mengalir dari barat ke timur dan berada pada ketinggian antara 5 dan 50 meter diatas permukaan laut, membelah kota ini. Suhu udara maksimum di kota ini adalah 34,1 hingga 35,6 °C, dan suhu minimum 20,2 hingga 23,0 °C.

Sebelum tahun 1960, Pekanbaru hanyalah kota dengan luas 16 km², tetapi sekarang bertambah menjadi 62,96 km² dengan dua kecamatan yaitu kecamatan Senapelan dan kecamatan Limapuluh. Pada tahun 1965, menjadi 6 kecamatan, dan pada tahun 1987, menjadi 8 kecamatan dengan luas 446,50 km². Hal ini disebabkan oleh Keputusan pemerintah daerah Kampar untuk menyerahkan sebgian wilayahnya untuk perluasan wilayah kota Pekanbaru yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 19 tahun 1987. Pada tahun 2003, kota ini kemudian menjadi 12 kecamatan (Pidii, 2020).

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.

4.2 Gambaran Umum Aplikasi TikTok



4.2 Logo Aplikasi TikTok

TikTok pertama kali dirilis oleh *Byteance* pada September 2016. Selain itu, aplikasi TikTok telah menjadi aplikasi gratis yang paling banyak diunduh pada *iQ Apple Store* di China sejak peluncurannya, mengambil alih aplikasi We Chat yang sukses dari Tencent. TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di luar China, terutama di Jepang dan Thailand. Aplikasi ini diblokir di Indonesia pada 3 Juli 2018 karena dianggap membahayakan anak-anak. Namun, berbagai upaya telah dilakukan untuk membuat masyarakat Indonesia dapat kembali mengakses TikTok (Martasari, 2020).

Aplikasi ini awalnya tidak bernama TikTok, tidak ada di negara lain selain China. Aplikasi ini sebelumnya dikenal sebagai Douyin yang dapat memberikan kemampuan kepada pengguna untuk membagikan video pendek 15 detik ke seluruh pengguna lainnya. Namun, itulah sebenarnya awal sejarah TikTok. Dengan pengguna 100 juta hanya dalam satu tahun, Douyin menjadi sangat sukses di China. Oleh karena itu, *ByteDance* memiliki tujuan besar untuk meluncurkan aplikasi ini ke seluruh dunia dengan menawarkan hadiah bonus kepada penonton dan penghasilan tambahan bagi pengguna TikTok live. TikTokers dapat bekerja sama dengan aplikasi lain untuk berbagi konten. Selain itu, profesi ini membantu TikTokers berkembang, membantu mereka menjadi lebih terkenal, lebih kreatif, dan lebih baik dalam mengedit video.

TikTok sedang berkembang pesat di Indonesia, terutama karena caranya membuat video pendek yang kreatif dan interaktif. TikTok memungkinkan pengguna membuat dan membagikan video durasi lima belas hingga enam puluh detik dengan antarmuka yang mudah digunakan. Platform ini memiliki fitur yang menarik bagi pengguna dari berbagai kalangan, terutama generasi muda yang selalu mencari cara baru untuk mengekspresikan diri. Fitur-fitur ini termasuk filter kreatif, efek suara, dan alat pengeditan video yang canggih (Virtuan, 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.

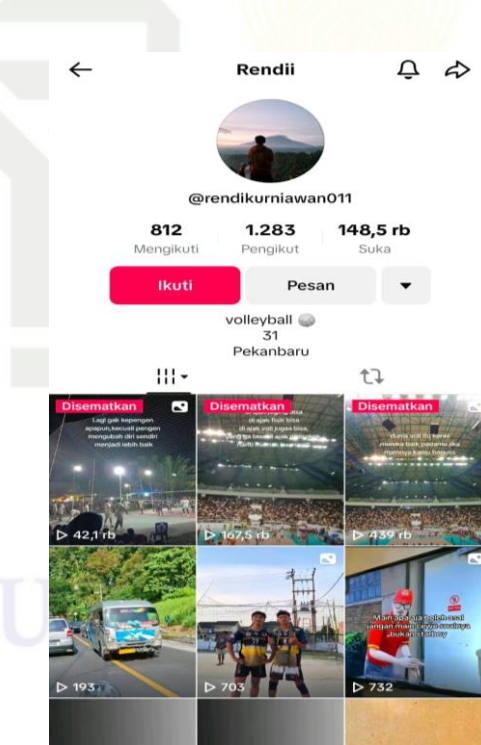
4.3 Deskripsi Informan

Informan dalam penelitian ini adalah generasi Z yang secara aktif terlibat dalam menggunakan media sosial TikTok sebagai *impression management*.

a. Informan 1

Nama : Rendi Kurniawan
 Usia : 19 tahun
 Akun TikTok : rendikurniawan011

Rendi merupakan generasi Z yang aktif di media sosial khususnya pada aplikasi TikTok yang saat ini bekerja di wiraswasta. Dalam kesehariannya Rendi juga menyalurkan hobinya bermain bola volly yang menjadi salah satu jenis konten utama di media sosial TikTok miliknya dengan 1283 pengikut. Rendi biasanya melakukan editing video menggunakan aplikasi di ponselnya sebelum mengunggah ke TikTok. Konten yang diunggah berupa video informatif yang dikemas secara kreatif, termasuk hiburan, quotes serta trend yang populer di TikTok. Sebagai seorang pekerja yang juga aktif di TikTok, Rendi memanfaatkan platform media sosial untuk kehidupan professional dan digital. Berikut dibawah ini adalah akun TikTok Rendi.



4.3 Akun TikTok Rendi Kurniawan

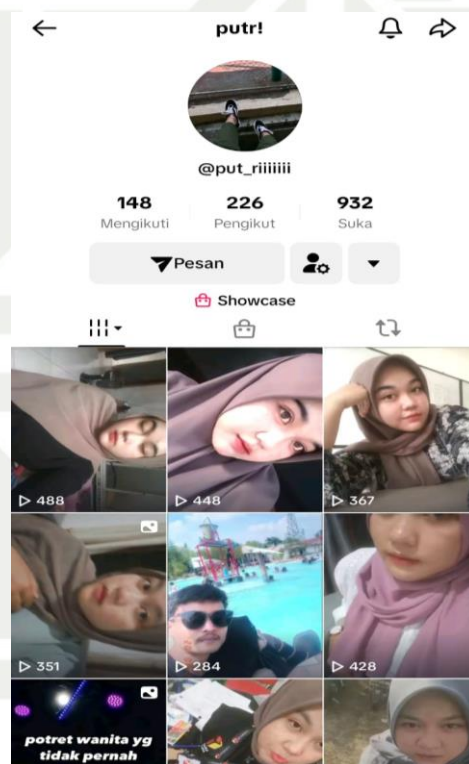
b. Informan 2

Nama : Putri Yuwandari
 Usia : 21 tahun
 Akun TikTok : put_riiiiiii

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.

Putri merupakan mahasiswa aktif di salah satu universitas di Pekanbaru, disamping perannya sebagai mahasiswa ia juga sering menampilkan kesehariannya dalam sebuah konten yang ada di TikTok miliknya. Dalam kontennya Putri berbagi gaya berpakaian, musik yang disukainya, serta hobi memasaknya. Konten yang telah diunggah sebagai platform untuk berbagi momen-momen pribadinya secara santai kepada para pengikutnya yang ada di TikTok. Berikut akun TikTok dari Putri Yuwandari dapat dilihat pada gambar 4.4 dibawah ini.



4.4 Akun TikTok Putri Yuwandari

c. Informan 3

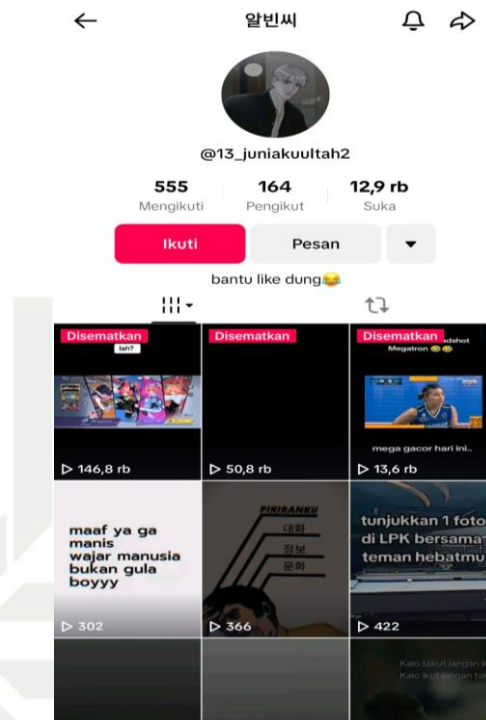
Nama : Alviansyah
 Usia : 23 tahun
 Akun TikTok : 13_juniakuultah2

Alviansyah merupakan pekerja di wiraswasta yang aktif di media sosial khususnya di media sosial TikTok, saat ini ia sedang sibuk mengikuti kelas bahasa korea di salah satu kelas privat di Pekanbaru hal ini yang menjadi salah satu jenis konten utama di media sosial TikTok miliknya. Biasanya konten yang diunggah berupa video game online miliknya, quotes inspiratif serta

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.

trend yang sedang viral di aplikasi TikTok. Akun TikTok Alviansyah dapat dilihat pada gambar 4.5 dibawah ini.



4.5 Akun TikTok Alviansyah

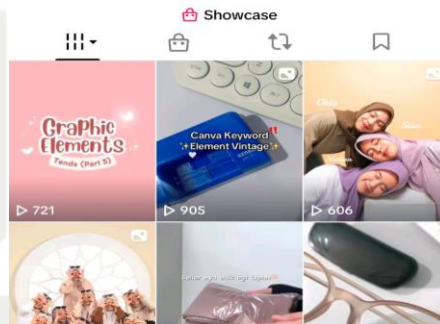
d. Informan 4

Nama : Silvia Febriani
 Usia : 22 tahun
 Akun TikTok : silvia.fbrni

Silvia adalah mahasiswa aktif pada salah satu universitas yang ada di Pekanbaru dan ia juga aktif banyak mengikuti beberapa komunitas, di waktu luangnya sebagai mahasiswa ia juga memanfaatkan waktunya untuk aktif di media sosial TikTok. Silvia mempunyai hobi mengedit video sehingga konten yang biasa diunggah pada akun TikTok miliknya berupa konten tutorial menggunakan canva, ataupun barang barang yang telah ia beli di toko online serta kesehariannya sebagai mahasiswa. Akun TikTok Silvia Febriani dapat dilihat pada gambar 4.6 dibawah ini.

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.



4.6 Akun TikTok Silvia Febriani

e. Informan 5

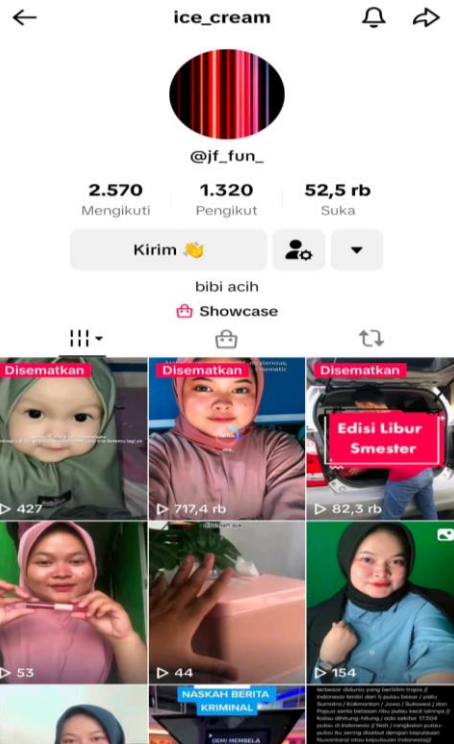
Nama : Sulasih
 Usia : 22 tahun
 Akun TikTok : jf_fun_

Sulasih adalah mahasiswa aktif pada salah satu universitas yang ada di Pekanbaru, di waktu luangnya sebagai mahasiswa ia juga memanfaatkan waktunya untuk aktif di media sosial TikTok. Sulasih memiliki hobi mengedit video sehingga konten yang biasa diunggah pada akun TikTok miliknya berupa konten tutorial, trend membacakan berita, serta kegiatan kesehariannya. Berikut adalah akun TikTok dari Sulasih dapat dilihat pada gambar 4.7 dibawah ini.

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.



4.7 Akun TikTok Sulasih

f. Informan 6

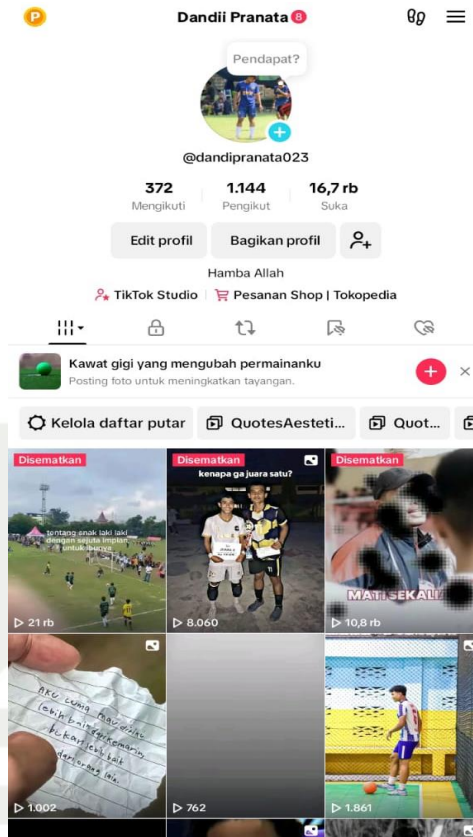
Nama : Dandi Pranata
 Usia : 19 tahun
 Akun TikTok : dandipranata023

Dandi merupakan seorang pekerja swasta di Pekanbaru, di waktu luangnya ia aktif dalam menggunakan media sosial TikTok. Dandi memiliki hobi bermain sepak bola sehingga konten yang diunggah pada media sosial TikTok miliknya adalah konten berupa video hobinya yaitu bermain bola, quotes terkini serta kegiatan kesehariannya. Berikut adalah akun TikTok dari Dandi dapat dilihat pada gambar 4.8 dibawah ini.

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.



4.8 Akun TikTok Dandi Pranata

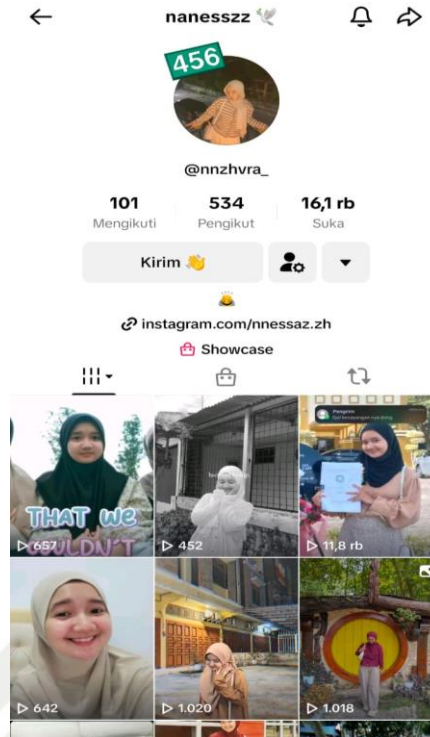
g. Informan 7

Nama : Navanessa Zhaviraira
 Usia : 22 tahun
 Akun TikTok : nanzvhra_

Navanessa yang kerab di sapa anes ini adalah mahasiswa aktif pada salah satu universitas yang ada di Pekanbaru, di waktu luangnya sebagai mahasiswa ia juga memanfaatkan waktunya untuk aktif di media sosial TikTok. Anes yang mulai menggunakan TikTok pada tahun 2020 ini memiliki hobi mengedit video sehingga konten yang biasa diunggah pada akun TikTok miliknya berupa konten trend terkini, serta juga kegiatan kesehariannya. Berikut adalah akun TikTok dari Anes dapat dilihat pada gambar 4.9 dibawah ini.

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.

**4.9 Akun TikTok Navanessa Zhavira**

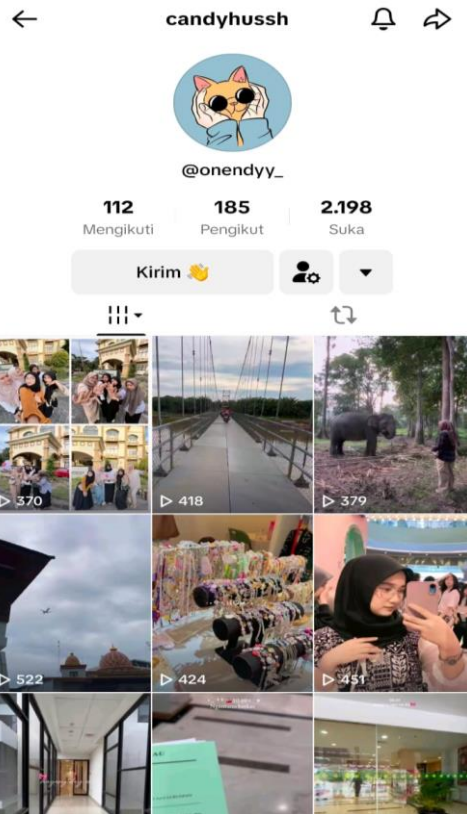
h. Informan 8

Nama : Sindy
 Usia : 23 tahun
 Akun TikTok : onendyy_

Sindy yang kerab di sapa indi ini adalah mahasiswa aktif pada salah satu universitas yang ada di Pekanbaru, selain status nya sebagai mahasiswa aktif ia juga bekerja pada salah satu toko yang ada di Rumbai, Pekanbaru. Di waktu luangnya sebagai mahasiswa dan juga pekerja ia juga memanfaatkan waktunya untuk aktif di media sosial TikTok. Konten yang biasa diunggah pada akun TikTok miliknya berupa konten trend terkini, serta juga kegiatan kesehariannya. Berikut adalah akun TikTok Sindi Putria dapat dilihat pada gambar 4.10 dibawah ini.

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.



4.10 Akun TikTok Sindy



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

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai *Impression Management* Generasi Z di Ruang Digital Melalui Media Sosial TikTok (Studi di Pekanbaru) bahwa generasi Z di Pekanbaru menggunakan TikTok sebagai platform media sosial digital untuk mengelola kesan dengan berbagai strategi pengelolaan kesan. Mereka tidak hanya menggunakan TikTok sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai platform untuk menunjukkan kreativitas, nilai-nilai positif dan membangun hubungan dengan *audiens* mereka.

Dalam penelitian ini, *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification* dan *supplication* adalah strategi yang paling banyak digunakan oleh informan. Setiap strategi diimplementasikan melalui konten yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna dan kecenderungan algoritma TikTok. Strategi *ingratiation* digunakan untuk menciptakan kesan ramah dan menyenangkan, sementara strategi *self-promotion* digunakan untuk menunjukkan kemampuan dan pencapaian seseorang. *Exemplification* digunakan untuk memberikan nilai atau inspirasi yang dapat menginspirasi audiens, dan *supplication* terlihat melalui penggunaan tagar dan meminta dukungan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Dalam penelitian ini, tidak ditemukan strategi *intimidation*. Dalam hal ini, karena informan cenderung menghindari taktik yang menimbulkan kesan yang tidak baik. Selain aspek individu, strategi manajemen kesan juga dibentuk oleh tren digital dan algoritma TikTok yang menunjukkan bahwa konteks sosial media sangat berdampak pada proses pembentukan kesan digital di TikTok.

B. Saran

1. Saran Akademis

Bagi akademisi, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi, disarankan untuk meneliti lebih lanjut mengeksplorasi bagaimana *strategi impression management* generasi Z yang digunakan di ruang digital dalam melakukan pembentukan citra diri, dan dinamika komunikasi berkembang di era digital. Dalam hal ini, dengan menggunakan pendekatan yang lebih komprehensif yang dapat mencapai hasil yang lebih baik.

2. Saran Praktis

Generasi Z menggunakan TikTok sebagai media untuk mengekspresikan diri dan membangun citra di internet. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk mengetahui bagaimana menciptakan kesan yang positif di hadapan *audiens*. Meskipun platform ini memungkinkan

penggunanya untuk tampil seperti yang mereka inginkan, penting untuk mengimbangi keterbukaan dan keamanan, terutama ketika menyangkut informasi pribadi. TikTok dapat digunakan secara lebih produktif dan bermanfaat untuk tujuan pribadi dan profesional.



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

- Abror, M. (2020). Impression Management Pengguna Media Sosial Instagram. *Journal Of Knowledge Management*, 14(2).
- Abror, M., Nurhasan, R., & Sari, I. T. P. (2020). Impression Management Pengguna Media Sosial Instagram. *Journal Of Knowledge Management*, 14(2).
- Agung Prasetyo, N., Putri Riyadi, Q., Bunga Fandila, F., Febytha Maruti, A., & Nadia, N. (2024). Dampak Buruk Kecanduan Penggunaan Media Sosial Di Era 5.0 Pada Kesehatan Mental Dan Interaksi Sosial. *Jurnal Perspektif*, 3(2), 94–101.
- Agustin, V., & Aji, G. G. (2023). *Strategi Presentasi Diri Fashion Influencer Di Media Sosial Instagram*. 06.
- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan Dan Analisis Data Kualitatif. *Pincis*, 1(1).
- Alvin, S. (2022). *Komunikasi Politik Di Era Digital Dari Big Data, Influencer Relations & Kekuatan Selebriti, Hingga Politik Tawa* (1st Ed.). Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Politik_Di_Era_Digital/B2zleaaqbaj?hl=id
- Amelia, R., Agustang, A., & Putra Agustang, A. D. M. (2022). Perempuan Dan Tiktok: Studi Tentang Eksistensi Diri Dan Tubuh Sebagai Konsumsi Publik Perempuan Milenial Mahasiswi Fis-H Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian Dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(3), 159. <https://doi.org/10.26858/Sosialisasi.V1i3.37108>
- Annur, C. M. (2023). *Indonesia Punya Pengguna Tiktok Terbanyak Ke-2 Di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- Aqham, A. A., Siswanto, E., & Kurniawan, D. (2023). *Metode Enterprise Architecture Planning Dalam Sistem Informasi Pengelolaan Data Inventaris*. 14(1), 201–208.
- Ardayan, E. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif Di Berbagai Bidang*. Pt Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ariastini, N. N., & Semara, I. M. T. (2019). Implementasi Konsep Triple Bottom Line Dalam Program Corporate Social Responsibility Di Hotel Alila Seminyak. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 9(2), 160–168. <https://doi.org/10.22334/jihm.v9i2.155>



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Aris Nurohman, D. (2021). *Konten Kreator: Cara Kreatif Menghasilkan Uang Dengan Menjadi Blogger, Youtuber Atau Tiktok*. Indonesia 8.
 - Arjuna, B., Mulyadi, B. S., Asardan, M. H., Adristina, N., Sekarwangi, N., Ardana, R. A. Z., Hanafi, R., & Khaerani, S. (2024). Pengaruh Algoritma Rekomendasi Terhadap Personalisasi Konten Digital Di Tiktok Pada Mahasiswa Sistem Informasi Unnes. *Jurnal Potensial*, 3(1), 117–127.
 - Armani, N. P. R. (2023). Presentasi Diri Online Di Media Sosial Instagram. *Journal Of Education For All*, 1(2), 155–162. <https://doi.org/10.61692/Edufa.V1i2.39>
 - Arsini, N. W. (2020). *Internalisasi Nilai Pendidikan Karakter Hindu Pada Anak Usia Dini*. Yayasan Gandhi Puri.
 - Azizah, F. N. (2023). Representasi Diri “Generasi Z” Melalui Media Sosial Tiktok. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (Konaspol)*, 1.
 - Badriyah, A., Ardani Putra, F., & Bachtiar, C. (2025). Representasi Diri Generasi Z Melalui Aplikasi Tiktok Di Desa Gelam. *Ilmu Komunikasi Progressio*, 6(1), 71–76.
 - Bayu Tejo Sampurno, M. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat Dan Pandemi Covid-19. *Dalam Salam; Jurnal Sosial & Budaya Syar-I Fsh Uin Syarif Hidayatullah*, 07(6).
 - Bintang, A. (2021). *Sosial Pedia*. Cv Jejak (Jejak Publisher). https://www.google.co.id/books/edition/Sosial_Pedia/Y34jeaaqbaj?hl=id
 - Chumdari. (2023). *Assessment Kognitif Pada Kelas Digital Dalam Pembelajaran Abad 21*. Cv Pajang Putra Wijaya.
 - Darma, I. Gusti K. I. P., Widana, K. A., & Ariputra, P. S. (2023). *Kolaborasi Desa Wisata & Tps 3r Sebuah Inspirasi Pariwisata Berkelanjutan Dari Desa Tradisional Taro*. Nilacakra. https://www.google.co.id/books/edition/Kolaborasi_Desa_Wisata_Tps_3r/Yofxeaaqbaj?hl=id&gl=id
 - Dewi, R. K., & Rahayu, P. P. (2022). Presentasi Diri Terkait Oversharing Sertifikat Vaksin Covid-19 Pada Tenaga Kesehatan. *Jurnal Kesehatan*, 10(2), 129–139. <https://doi.org/10.25047/Jkes.V10i2.323>
 - Dwi Putri, S., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi Dalam Membentuk Personal Branding Di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280–288.



- Ekasari, R. (2020). *Model Efektivitas Dana Desa Untuk Menilai Kinerja Desa Melalui Pemberdayaan Ekonomi*. Ae Publishing.
- Eta Tritintya, N. P. D. (2024). Presentasi Diri Luh Djelantik Melalui Media Instagram @Niluhdjelantik. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 4(2).
- Faustyna. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori Dan Praktek)*. Umsu Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kualitatif_Komunikasi/6htxeaaqbaj?hl=id
- Febrianty. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Pro Gen Z*. Uppm Universitas Malahayati.
- Fitri Sabilla, D., Fanirin, Moch. H., & Mardani, D. (2024). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perkembangan Psikologi Belajar Siswa Sekolah Dasar Negeri Haurgeuliskolot Indramayu. *Journal Of Islamic Studies*, 2(1), 414–427. <https://doi.org/10.61341/jis/v2i1.032>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiya, S., Honesti, L., Wahyuni, S., & Mouw, E. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1st Ed.). Pt. Global Eksekutif Teknologi. https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702_Metodologi_Penelitian_Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-Kualitatif.pdf
- Firdaus. (2022). Pekanbaru Madani: Edisi Ii. Pt Gramedia.
https://www.google.co.id/books/edition/Pekanbaru_Madani_Edisi_Ii/W256eaaqbaj?hl=id
- Fitri, A. N., & Adeni, A.-. (2020). Jokowi Dan Kekuatan Pencitraan Diri Serta Relasinya Dengan Umat Islam. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 19(2), 1. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v19i2.3503>
- Fitriani, M., Mukarom, Z., & Astuti, D. R. (2024). Impression Management Citra Tissa Biani Sebagai Selebgram Di Media Sosial Instagram. *Reputation: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 8(4), 373–394.
- Hardadi, E. T., & Trianasari, N. (2021). Penggunaan Media Sosial Tiktok Melalui Hashtag #Samasabelajar Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Masyarakat Di Jawa Barat. *E-Proceeding Of Management*, 8(6).
- Hariyono, T. A., Priowidodo, G., & Vidyarini, T. N. (2021). Strategi Impression Management Erick Thohir Sebagai Menteri Bumn Melalui Akun Instagram @Erickthohir. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2).



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.

- Hasibuan, M. P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi. *Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–8.
- Helaudidin, & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* (I). Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Hendraswara, A. R., Hutabarat, H. N., & Hanami, Y. (2021). Gambaran Tipe Self-Presentation Melalui Konten Foto Instagram Pada Mahasiswi. *Psymphic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(2), 299–314. <https://doi.org/10.15575/psy.v7i2.7159>
- Hermawan, I. (2019). *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Dan Metodologi*. Hidayatul Quran.
- Huda, S. (2022). *Dakwah Digital Muhammadiyah Pola Baru Dakwah Era Disrupsi*. Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Humaidy, M. A. A., In`Am, A., & Nurjaman, A. (2020). *Etnis Tionghoa Di Madura (Interaksi Sosial Etnis Tionghoa Dengan Etnis Madura Di Sumenep Madura)*. CV. Jakadmedia Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/ETNIS_TIONGHOA_DI_MADURA_INTERAKSI_SOSIA/Q43vdwaaqbaj?hl=id&gl=id
- Humbertus, P. (2022). Kecenderungan Pembentukan Inauthentic Self-Presentation Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Da Konseling*, 4(5).
- Hutagalung, K. A. (2022). Analisis Presentasi Diri Musisi Dengan Pendekatan Teori Dramaturgi Erving Goffman. *Jurnal Musik: Artikel Hasil Penelitian Tugas Akhir*, 2022(1), 1–18.
- Indra, D., Hasrul, Surya, & Rafni, A. (2024). Analisis Isi Pesan Politik Berbentuk Humor Melalui Media Tiktok Jelang Pemilihan Umum. *Journal Of Education, Cultural And Politics*, 4(2), 454–465.
- Islami, M. D., Merida, S. C., & Novianti, R. (2022). Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Remaja Pengguna Tiktok. *Jops: Journal Of Psychology Students*, 1–0.
- Kopong Tokan, P., & Dkk. (2024). *Bunga Rampai Media Promosi Kesehatan*. Media Pustaka Indo.
- Koswanto, A. (2020). *Memahami Perilaku Dan Kejiwaan Manusia*. Lindan Bestari.
- Kristina, A. (2024). *Teknik Wawancara Dalam Penelitian Kualitatif*. Deepublish Digital. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=P7gdeqaaqbaj&oi=fnd&pg=PP1&dq=Info:KK3cREmzUaEJ:Scholar.Google.Com/&ots=Hrs>



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.

en_Cxtv&Sig=Njecu1luskq6moq_Akngkm37hte&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q&F=False

Kusumawardhani, E., & Sari, D. S. (2021). Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi Kasus Amerika Serikat, Jepang, India Dan Indonesia. *Padjadjaran Journal Of International Relations*, 3(1), 19. <https://doi.org/10.24198/Padjir.V3i1.27758>

Lasmawan, W., & Yudhistira, N. (2023). Impression Management Vindes Dalam Pertandingan Tiba-Tiba Tenis. *IINNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1746–1760.

Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society, Vol 2 No.1*.

Lontoh, F. O. L. (2024). *Metodologi Penelitian: Dilengkapi Dengan Aplikasinya Untuk Teologi Dan PAK*. Stiletto Book.

Lumatihunisa, N., & Lakoruhut, N. L. (2021). *Generasi Cerdas Dan Bijak Bermedia Sosial* (1st Ed.). CV. Adanu Abimata. https://books.google.co.id/books?id=NW4qEAAQBAJ&pg=PA6&dq=pengertian+media+sosial+menurut+para+ahli&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiCj8_b2vWEAxUX-DgGHR6JB34Q6wF6BAGIEAU#v=onepage&q=pengertian%20media%20sosial%20menurut%20para%20ahli&f=false

Lyesmaya, D. (2022). *Strategi Menulis Karya Ilmiah Berbantu Teknologi Untuk Pemula*. Absolute Media.

Martasari, Y. (2020). *Potret Guru di Masa Pandemi*. 2P Publisher. https://books.google.co.id/books?id=R7yHEAAQBAJ&pg=PA114&dq=sejarah+tiktok&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiA9uHNweiKAxV3yigGHYarPCY4ChDrAXoECAgQBQ#v=onepage&q=sejarah%20tiktok&f=false

Matsum, H., Akmal Tarigan, A., Hidayat, Z., & Tamami, A. (2022). *Kecenderungan Beragama Remaja Muslim Kota Medan*. Merdeka Kreasi Group.

Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Prenada Media.

Mukmin, A., & Hasyim, N. M. (2021). *Impression Managemen Deddy Corbuzier sebagai Muallaf di Media Sosial*. 3(1).



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.

- Mulyana, A. N., & Listiani, E. (2024). Personal Branding Melalui Media Sosial TikTok. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4(1), 75–80.
- Nabila Putri, Z. (2023). Inovasi Desain Konten TikTok Terhadap Penyebaran Informasi di Masyarakat. *Jurnal VcoDe : Visual Communication Design Journal*, 3(1), 64–70. <https://journal.isipadanganpanjang.ac.id/index.php/VCoDe/article/view/4015>
- Novianti Putri, V. (2024). Generasi Z Dalam Pembentukan Personal Branding Melalui Media Sosial TikTok. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(11).
- Nur Fadhillah, I., & Dkk. (2023). *Problematisa Teori dan Praktik Komunikasi*. Mahakarya Citra Utama Group.
- Nurlaila, C. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95–102.
- Nurul Fahmi, A. (2024). Flexing dan Persoal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 13(1).
- Pahlevi, M. R. S., & Amri, K. (2024). Penertiban Pedagang Kaki Lima Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Jalan H.R Soebrantas Kota Pekanbaru. *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, dan Sosial Humaniora*, 2(2), 24–35.
- Pidii. (2020). *Potensi dan Peluang Investasi Kota Pekanbaru (I)*. Pidii. https://www.google.co.id/books/edition/Potensi_Dan_Peluang_Investasi_Kota_Pekan/d6TXDwAAQBAJ?hl=id&gl=ID
- Prastiwi, A., Faisal, Yuyetta, E. N. A., & Sari, M. P. (2024). Manajemen Impresi Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Cahaya Ghani Recovery*.
- Putra, J. E., Sulistyani, N. W., Ramadhan, F., & Hidayat, H. (2025). Effectiveness Of Content Marketing In Attracting Generation Z Consumer Loyalty. *Journal Of Managament Economics And Accounting*, 2(2).
- Putri, V. N., Yanti, D., Amelia, L., Lestari, D. M., & Laksana, A. (2024). Generasi Z Dalam Pembentukan Personal Branding Melalui Media Sosial Tiktok. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(11), 94–110.
- Qudratullah, Rosniar, & Ananta, W. (2023). Broadcasting Laboratory Impression Management Strategy In Building The Image Of IAIN Bone Bone. *Research Institute And Community Engagement State Islamic Institute Of Madura*, 20(2).
- Rahmadani, C. A., & Romadhan, M. I. (2024). Manajemen Kesan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya Dalam Menujukkan Eksistensi Melalui



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- 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 milik UIN Suska Riau

- Media Sosial Tiktok. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, 2(2).
- Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z. *Akademika*, 11(02), 401–410. <https://doi.org/10.34005/Akademika.V11i02.1959>
- Rahmana, Putri, & Damariswara. (2022). Pengaruh Tiktok Terhadap Presentasi Diri Generasi Z. *Jurnal Media Digital*, 6(1).
- Rahmaniar, A. (2023). *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023*. PT Rekacipta Proxy Media.
- Rakhman, C. U., & Yudawisastra, H. G. (2024). *Dasar-Dasar Manajemen (Konsep, Penerapan Dan Pengembangan Keterampilan)* (1st Ed.). Widina Media Utama.
- Resdina, A. A. P., & Dermawan, F. (2025). Manajemen Kesan Master Of Ceremony Formal Dalam Membawakan Acara. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 5(1).
- Rio Erdi Pamungkas, Fantri Elistia AINU, Pia Khoirotun Nisa, Muhammad Akbar Chaniago, Muhammad Salman Husairi, & Azizah Salma Adinda. (2024). Gaya Konsumtif Gen Z Melalui Akun Tiktok Shop Dalam Pembelian Produk Fashion Baju Pada Kelas KPI 5D. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 129–139. <https://doi.org/10.62383/Filosofi.V2i1.485>
- Rizal Pahleviannur, M. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Romadhan, M. I. (2021). Manajemen Kesan Disparbudpora Sumenep Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata. *Jurnal Pikom*, 22(1).
- Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A. (2021). Manajemen Kesan Pelaku Budaya Musik Saronen Dalam Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 213–227. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.5835>
- Roosinda, F. W. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Zahir Publishing. https://books.google.co.id/books?id=YOM_EAAQBAJ&pg=PA59&dq=validitas+data&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiIhpPT4pSGAxWybmwGHb3pAb0Q6wF6BAgIEAU#v=onepage&q=validitas%20data&f=false
- Rosalyn Anwar, C. (2022). *Belajar dari Rumah Difusi dan Inovasi Pendidikan Di masa Pandemi—Jejak Pustaka*. Jejak Pustaka. https://books.google.co.id/books/about/Belajar_dari_Rumah_Difusi_dan_I



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- novasi_Pe.html?id=wS2IEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb_mobile_entity&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&ovdme=1&gl=ID&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Rosida, S. (2021). Pelatihan Keterampilan Public Speaking Dalam Konten Edukatif Melalui Aplikasi Tiktok Pada Remaja Fam (Forum Anak Medan). *Jurnal Bahasa Indonesia Prima*, 3(2), 234–244.
- Sadih, H. T. (2019). *Aplikasi Komputer Farmasi Buku Ajar Hasil Penelitian Hibah Dikti 2019*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Universitas Pakuan. https://www.google.co.id/books/edition/Aplikasi_Komputer_Farmasi/az_CDwAAQBAJ?hl=id
- Saifuddin, A. (2024). *Psikologi Umum Lanjutan* (1st ed.). Prenada Media.
- Salim Lubis, A., & Handayani, R. (2023). *Generasi Z dan Entrepreneurship*. Bypass.
- Saptanti, E. I. (2020). Analisis Manajemen Impresi Ma'ruf Amin dalam Debat Pilpres 2019. *Jurnal UltimaComm*, 12(2).
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo Media Pustaka.
- Sissoko, O. A. A., & Prasetyawati, H. (2022). *Kebutuhan Gaya Hidup Generasi Z terhadap Perilaku Narsis di Instagram*. 4(1).
- Sunaryono, S., Sukmawati, T., Trisnawati, E., Hardayu, A. P., & Yulianto, Y. (2024). *Buku Ajar Metodologi I* (1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Susanto, G., Evelyn, R., Leo, D., & Felicio, H. (2023). Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Accredited by Directorate General of Strengthening for Research and Development*, 9(22), 483–491. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10115513>
- Suyanti, Khairunnisa, & Nurkholilah. (2023). *Prosiding Seminar Nasional PGMI dan PAIUD UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan: Implementasi Kurikulum Merdeka Berbasis Kearifan Lokal di MI/SD dan PIAUD*. Program Studi PGMI & Program Studi PIAUD UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Tania, C., & Benita Laksono, V. (2022). Strategi Pesan Persuasif di Media Sosial Instagram @somethincofficial. *Avant Garde*, 10(01), 30–45.
- Vernanda, R. K. W., Palupi, M. F. T., & Pradan, B. C. S. A. (2022). Manajemen Kesan DINKOMINFO Surabaya Pada Instagram Bangsa Surabaya 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.

Membentuk Citra Sebagai Media Informa. *Seminar Nasional Hasil Skripsi, I(1)*.

Virtuan, B. (2024). *Viral di TikTok Panduan Sukses Bisnis Lokal untuk Promosi Efektif di Era Digital (I)*. Pustaka Digi. https://books.google.co.id/books?id=kyYdEQAAQBAJ&pg=PP8&dq=sejarah+tiktok&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiL-5u3xeiKAxU5zjgGHUNDMw44ChDrAXoECAkQBQ#v=onepage&q=sejarah%20tiktok&f=false

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.

Wulandari, A. P., & Wibowo, F. A. (2020). Representasi Identitas Diri Remaja di Media Sosial TikTok. *Jurnal Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan*, 4(2).

Yudha Alam, W. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Mega Press Nusantara.

Z. Yonatan, A. (2023). *Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026*. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>

Zahroh, F., & Rahmawati, N. (2024). *Analisis Sistem Pengolahan Data Berbasis Web pada Badan Pusat Statistik Kabupaten X*. 2(1), 01–13.

Zakiyah, D. N., & Sukmono, F. G. (2024). Personal Branding Male Beauty Influencers on Tiktok in Indonesia (Virtual Ethnographic Study on Tiktok Account). *Proceeding Syelection*, 4(1), 679–686.



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 I

Draft Wawancara

Ingratiation (Mengambil Hati)

1. Apakah anda secara sengaja mencoba mendapatkan perhatian atau disukai oleh pengikut anda? Jika iya, bagaimana caranya?
2. Apakah anda mengikuti tren atau membuat konten yang sesuai dengan apa yang audiens anda sukai?
3. Apa motivasi utama anda menggunakan TikTok untuk mendapatkan kesan dari orang lain? Apakah untuk hiburan, mendapatkan pengakuan, atau alasan lain?

Intimidation (Intimidasi)

4. apakah anda mencoba mendapatkan kesan sebagai sosok yang kuat atau dominan di TikTok? Jika iya, apa motivasi anda?
5. Menurut anda, apakah strategi seperti ini efektif dalam menarik perhatian audiens?
6. Bagaimana TikTok membantu anda menampilkan sisi diri anda yang mungkin tidak terlihat di dunia nyata?

Self-Promotion (Promosi Diri)

7. Bagaimana anda mempromosikan kemampuan atau keahlian tertentu di TikTok?
8. Apakah dengan konten seperti itu membantu meningkatkan jumlah pengikut atau interaksi?
9. Apakah fitur-fitur di TikTok, seperti filter atau efek, berpengaruh pada cara anda membuat konten?

Exemplification (Pemberian Contoh)

10. Apakah anda menggunakan TikTok untuk menunjukkan nilai-nilai positif, seperti membantu orang lain atau memberikan inspirasi?
11. Bagaimana audiens anda merespon konten tersebut?

Supplication (Pemohonan)

12. Apakah anda meminta dukungan atau simpati dari audiens di TikTok misalnya dengan meminta like, komentar, atau dukungan untuk sesuatu?
13. Bagaimana respon audiens terhadap permintaan tersebut?
14. Menurut anda, apa hal yang paling penting untuk menarik audiens di 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.

Lampiran II

DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara Informan Putri Yuwandari



Wawancara Informan Navanessa Zhaviraira

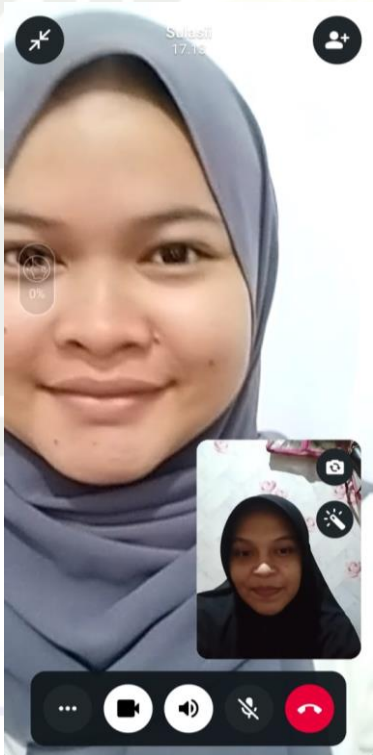
UIN SUSKA RIAU

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.



Wawancara Informan Sindy



Wawancara Informan Sulasih

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 Informan Silvia



Wawancara Informan Dandi

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.



Wawancara Informan Alviansyah



Wawancara Informan Rendi

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 RIWAYAT HIDUP



Nadya Pratiwi lahir di Dusun Suka Tani, Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau pada 23 Mei 2002. Penulis merupakan anak ke-2 dari 4 bersaudara, putri dari Bapak Katimun dan Ibu Muhaini. Penulis memiliki saudara kandung bernama Nanda Pratama, Dandi Pranata dan Nadhifa Shidqia Ramadhani.

Riwayat pendidikan penulis dimulai di SDN 021 Kepau Jaya dari tahun 2009 hingga 2015. Setelah itu, penulis melanjutkan ke MTS Daarun Najah Teratak Buluh dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan di SMKN 1 Perhentian Raja dengan jurusan Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) dan berhasil menyelesaikannya pada tahun 2021. Di tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan tinggi jenjang S1 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Program Studi Ilmu Komunikasi, dan berhasil menyelesaikan studi selama 8 semester, tepatnya pada tanggal 05 Mei 2025.

Selama masa studi, penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan organisasi. Saat di SMKN 1 Perhentian Raja, penulis menjabat sebagai Sekretaris Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) pada periode 2019-2020. Di tingkat perguruan tinggi, penulis turut serta dalam organisasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) selama 2 periode 2022-2024 serta bergabung juga pada Forum Bidikmisi dan Kip-Kuliah (FORMADIKSI) periode 2022-2023 dan bergabung dalam organisasi eksternal Himpunan Mahasiswa Islam (HMI).

Pada bulan Juli hingga Agustus 2024, penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Semelinang Tebing, Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu sebagai Divisi Dokumentasi. Sementara pada bulan September hingga November 2024, penulis melaksanakan program Job Training di Awal Bros Panam pada bidang *Admission*.